

## УФ-принтеры tDesk — передовая сувенирная лаборатория и не только!



Модель: **tDesk 9060 UV LED / tDesk 1212 UV LED**

Рабочее поле: **900 x 600 мм / 1300 x 1250 мм**

Высота заготовки: **до 800 мм**

Возможность печати на цилиндрических заготовках: **да**

Печатающие головки / количество: **Toshiba / до 7 шт.**

Цветовые схемы: **CMYK LC LM W V**

Высококачественная УФ-печать по любым материалам на небывалых скоростях: **да**

Поставщик: **3T GROUP**

Подробности на с. 11

# Журнал НАРУЖКА теперь с дополненной реальностью...

Листайте печатный журнал и смотрите видео на своем смартфоне!

## ЭТО ОЧЕНЬ ПРОСТО!

---

- 1 Наведите камеру смартфона на QR-code ниже, чтобы скачать приложение МЕМОРИС.



- 2 Откройте приложение МЕМОРИС и через него еще раз наведите камеру на QR-code, чтобы загрузить медиаконтент.

- 3 Ищите на страницах журнала символ:



- 4 Наведите камеру приложения на изображение слева или справа от этого символа и смотрите видео, которое даст более полное представление о содержании материала.

Смотрите короткое видео из журнала даже при отсутствии интернета!

Располагайте смартфон вертикально или горизонтально для удобного просмотра. Приближайте камеру, чтобы рассмотреть детали!

Смотрите видео в библиотеке приложения МЕМОРИС.

## Наслаждайтесь новым форматом вашего журнала!

## ИНФОРМАЦИЯ — НАШ АКТИВ!

Конец октября был насыщен событиями, которые без преувеличения можно назвать главными мероприятиями года. Несомненно, это выставка «РЕКЛАМА», SIGNForum, а также конференция, которую организовала Ассоциация «Виз-Ком». Приличная посещаемость мероприятий и высокая активность их участников демонстрируют новый виток если не развития отрасли, то, по крайней мере, отношения к происходящим событиям, к коим относится и затянувшаяся пандемия. Стало понятно, что «ждать у моря погоды» нет смысла, нужно действовать в сложившихся обстоятельствах и находить возможности для роста бизнеса.

Впервые в истории нашей индустрии проведены отраслевые исследования, которые продемонстрировали некоторые ориентиры и потенциальные возможности для участников рынка. С его краткими результатами можно ознакомиться на страницах текущего выпуска журнала. Кроме того, в номере опубликованы результаты исследования мирового рынка печати от аналитического агентства Smithers, а также комментарии некоторых поставщиков технологий относительно итогов уходящего года. Получилось немало аналитики, данные которой можно закладывать в стратегию развития компа-



*Олег Вахитов,  
главный редактор журнала «Наружка»  
Издание для производителей рекламы»*

ний на ближайшую перспективу. Сейчас, как никогда, информация является важным ресурсом для успешной коммерческой деятельности. Особенно, когда речь идет о качественной информации. Если вы читаете наш журнал, значит ваш информационный ресурс стал немного полнее. Пользуясь случаем, хочу поздравить вас, уважаемые читатели, с Новым годом и пожелать всем нам предсказуемости и здоровья! Уверен, на этом фундаменте каждый из нас сможет стать лучше и эффективнее себя предыдущего. А вместе с нами и мир станет чуточку лучше)

## РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

**3T Group** — сувенирные принтеры

tDesk 1212 UV LED — 1, 11

**АРТ-БЮРО** — вывески

с дополненной реальностью — 5

**Технографика** — рулонный УФ-принтер

Grando UV3000 — 9

**MAKSILED** — светодиодные решения — 10

**3A Composites** — листовые материалы — 11

**Топ Принт Кат** — раскройщики SINAJET — 12

**Призмикс** — рулонный принтер

efi VUTEk 5r+ — 13

**RB CRM** — практикум «Лидеры РПК 2022» — 24

**SMART-T** — УФ-принтер

Mimaki UJV100 — 28

**Русском** — школа операторского

мастерства — 32

**BonSens** — автоматизация управления

производством — 36

По вопросам сотрудничества обращайтесь по телефону +7 (977) 654-2117 или по электронной почте bobkova@ridcom.ru

Издатель ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»

Главный редактор Олег Вахитов

Отдел рекламы Екатерина Бобкова

Распространение Михаил Максотов

E-mail: info@RiDcom.ru

Адрес редакции

123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г

Телефон/факс+7 (495) 234-7494,

Тираж 2.000 экз.

Печать ООО «Юнион Принт», 603022,

Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский

Съезд, д.2 Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия как рекламное издание. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-31288 от 05 марта 2008 г.

При перепечатке материалов ссылка на издание обязательна. Ответственность за коммерческие материалы несут рекламодатели.

Бесплатный журнал в офисах партнеров:

**We R.SIGNS**

Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4 /

**РУССКОМ**

Москва, Рубцовская набережная, д.2., к .5

**Техно-Графика**

Москва, Павелецкая набережная, 8, стр.6, оф.106

**Группа компаний «Автоним»**

Москва, ул. Ив. Франко, д. 4

**Арт-Бюро**

Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом Водников»

Еще больше информации:

[www.ridcom.ru](http://www.ridcom.ru)

Электронный архив журнала

[naruzhka.pf](http://naruzhka.pf)

Подписка на журнал

Цены на рекламу в журнале

[www.signbusiness.ru](http://www.signbusiness.ru)

Отраслевой портал о визуальной рекламе

Instagram  @signbusiness



мы на facebook



бесплатная  
подписка



отраслевой  
портал





11

tDesk 1212 UV LED — это модель, которая имеет невиданный ранее размер рабочего поля на рынке сувенирных УФ-принтеров: 1300 x 1250мм. Ко всему прочему аппарат обладает всеми преимуществами младшей самой популярной модели tDesk 9060 UV LED: высота заготовки до 80 см, возможность установки поворотной оси для круговой печати цилиндрических изделий, промышленные печатающие головки Toshiba, небывалая скорость печати для сувенирного УФ-принтера!



14



18



24



26



30



32

6 Поздравления  
с Новым годом

#### События

8 Новости  
12 Мировой рынок печати  
14 Выставка РЕКЛАМА-2021  
17 Сайнфорум «ВизКом»  
18 SIGNForum-2021  
20 Отраслевое исследование  
22 Опрос: итоги года  
24 Практикум  
«Лидеры РПК 2022»

#### Продукты и решения

26 Рекордные продажи  
Mimaki UJV100

#### Индустриальное чтиво

30 Вывески Лас-Вегаса

#### Развитие бизнеса

32 Школа  
операторского мастерства

#### Где купить

39 Список компаний





Изготовление совместно с @arsenaltimbel стойки ресепшн для спортивного комплекса EVO GYM г. Ставрополь

# ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ИНТЕРЬЕРНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

УНИКАЛЬНЫЕ ВЫВЕСКИ С ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТЬЮ

**+7 962 450 33 88**  
marketing\_ab@mail.ru



АРТБЮРО

Ставрополь, Ломоносова, 25  
@artburo26





Дорогие друзья!  
Поздравляю с наступающим Новым 2022 годом!

Уходящий 2021 год был интересным, результативным и насыщенным событиями. Для Ассоциации «ВизКом» 2021 год стал прорывным. Благодаря совместным усилиям членов ассоциации проведён большой форум и взят курс на глобальные изменения в отрасли.

Все вместе, сообща, мы сможем улучшить профессиональную среду, привнести много полезного в бизнес Российской Федерации.

Желаю Вам весело и счастливо встретить Новый 2022 год, с благодарностью проводить уходящий и с оптимизмом и верой в лучшее двигаться вперёд!

*С уважением и наилучшими пожеланиями,  
президент Ассоциации «ВизКом»,  
Тен Станислав*



Уважаемые клиенты, коллеги и партнеры!  
От всего сердца поздравляю всех с наступающим Новым годом и Рождеством!

Хочу пожелать всем в это непростое время здоровья, бодрости, оптимизма и удачи! Чтобы новый год стал годом добрых перемен и принес приятные встречи и заключенные договора, новые достижения, доброту и процветание, чтобы все искренние желания сбылись!

У компании «Топ Принт Кат» большие планы на будущее, мы будем продолжать помогать своим клиентам воплощать в реальность проекты и расти вместе с ними. Пусть наступающий 2022 год превзойдет Ваши ожидания!

*Исполнительный директор Top Print Cut  
Ложников Михаил*



Уважаемые коллеги и партнеры!

Бег времени неизбежен, и вот подходит к концу очередной год.

Он был полон новых событий в жизни и в бизнесе, принес много нового и интересного. Он был тяжелым и напряженным — всем нам пришлось пройти через сложности нынешнего времени, но, несмотря на все, подарил бизнес-среде нестандартный опыт и новые инструменты. Такие вещи закаляют и позволяют развиваться в имеющихся условиях, строить планы и осуществлять их, с позитивом смотреть на окружающую нас действительность.

Компания «РУССКОМ» поздравляет всех с наступающим Новым годом! Желаем Всем человеческих сил в будущем году, только они помогут нам преодолеть все тяготы и лишения, а также насладиться достигнутыми успехами.

*Сергей Головченко, директор по продажам и по развитию «РУССКОМ»*





Дорогие партнеры, клиенты, коллеги — друзья!

Представьте, что все ваши планы реализуются, идеи осуществляются, желания сбываются. Что вашу личную жизнь сопровождает благополучие, а работу — материальный успех с повышением доходности и прибыли. Ваша репутация укрепляется, клиенты радуют вас уважением, доверием и преданностью вашему продукту.

Чтобы все реализовывалось быстрее, проще, широкими шагами, наша команда «Максилед» желает вам в наступающем году продолжать двигаться за технологиями, использовать их и демонстрировать клиентам. Это очень важно на нашем с вами рынке. За этим будущее. Пусть оно будет разным, но обязательно интересным, наполненным, ярким — как вы сами и ваши крутые проекты! Будьте счастливы и здоровы, удачи и праздничного настроения!

*С большим уважением, Денис Полянцев,  
руководитель компании MAKSILED*

Компания «Смарт-Т» от души поздравляет всех коллег и участников рекламного рынка с наступающим Новым годом!

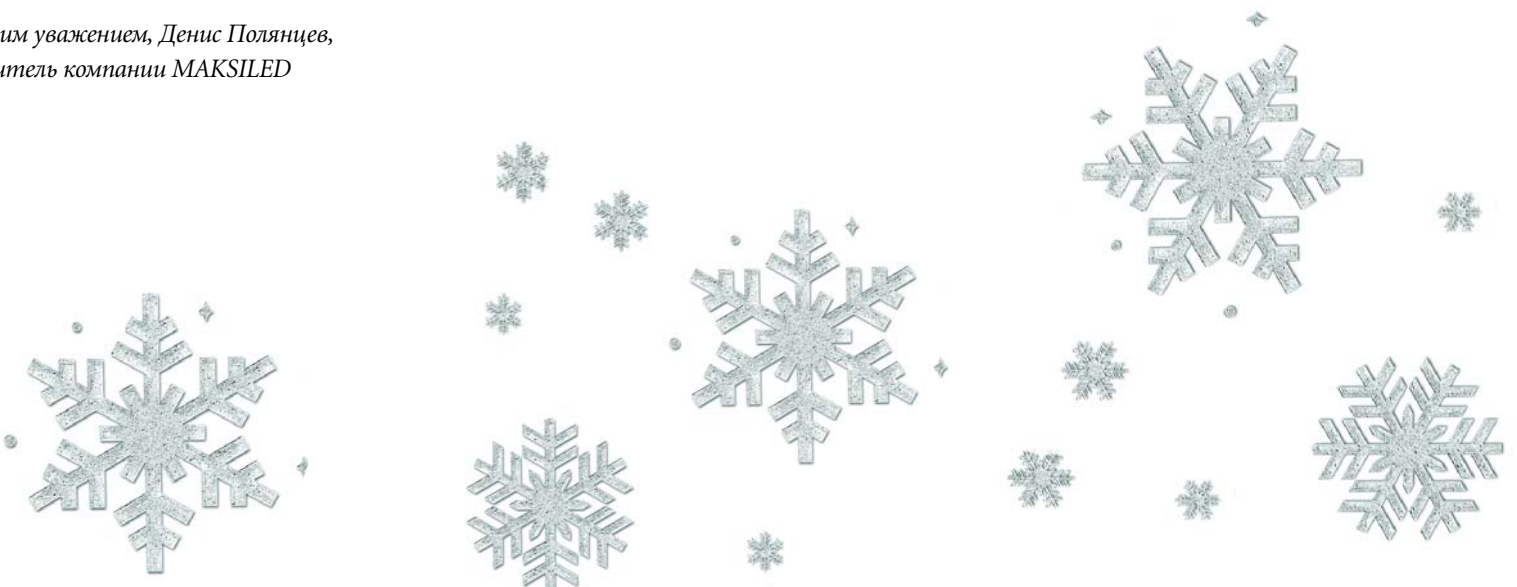
Желаем всем с уверенностью и оптимизмом смотреть в будущее, активно развивать нашу общую отрасль и получать удовлетворение от своей работы! Больше новых интересных партнеров, новых амбициозных проектов, новых побед и свершений!

*Дмитрий Грацков, директор  
по маркетингу компании «Смарт-Т»*

Наша команда поздравляет всех коллег, партнеров и клиентов с наступающим Новым годом!

Уверен, что 2021 год стал для многих годом приятных открытий и больших достижений. Желаем всем перевыполнить в наступающем году все поставленные планы, открыть для себя новые направления и технологии, поднять на новый уровень качество нашей совместной работы и неустанно, без сбоев двигаться только к новым вершинам!

*Татаринев Александр, ведущий менеджер  
компании «Техно-графика»*



## Ассоциация «ВизКом» обновила состав правления

18 ноября состоялись внеочередные выборы правления отраслевой Ассоциации «ВизКом».

В него вошли руководители компаний, предлагающих услуги по производству вывесок и рекламных конструкций из разных городов России.

# ВИЗКОМ

Ассоциация производителей средств визуальной рекламы и информации

После весьма успешного участия ассоциации в выставке «РЕКЛАМА» и SIGNForum-2021, а также благодаря проведенному отраслевому форуму, ряды организации пополнились новыми инициативными участниками, готовыми к активным действиям по развитию отрасли. В результате голосования они вошли в состав правления «ВизКом». Нынешний список правления выглядит следующим образом: Павел Мизрахи, вице-президент (ReSeM), Роман Герасимов, ревизор («ЛазерСтиль»), Анатолий Колесник («Левша»), Антон Ржавитин («Арт-Мастер»), Павел Желтиков («1-й Цех»), Алексей Константинов («Широкий Формат»), Анна Павлюченко (DVG-Media).

В новом составе Анатолий Колесник и Антон Ржавитин займутся созданием образовательных программ для РПК. Созданием преysкуранта рекомендованных

цен будут заниматься Роман Герасимов и Антон Ржавитин. Павел Желтиков будет курировать создание отраслевых стандартов. Внесение изменений в законодательство РФ с целью создания отраслевого ОКВЭД решено возложить на Станислава Тена и Павла Мизрахи. Прочими законодательными вопросами, в том числе, создание рекламного СРО будет курировать Анна Павлюченко. А Алексей Константинов и Анатолий Колесник разработают программу популяризации ассоциации для привлечения новых участников.

Обозначенные рабочие группы могут быть пополнены любыми инициативными членами «ВизКом». Перед участниками некоммерческой организации стоят новые амбициозные задачи, некоторые результаты исполнения которых будут озвучены уже в 2022 году.



### С НАСТУПАЮЩИМ НОВЫМ ГОДОМ И РОЖДЕСТВОМ

DIBOND® HYLITE® FOREX® SMART-X®  
KAPA® DISPA® LUMEX® FOAMALITE®  
PERSPEX® ● CRYLUX® ● CRYLON®  
● AKRYLON® ● HIPEX®  
● PS ● HIPS ● IMPEX® ● SAN

Желаем Вам крепкого здоровья,  
удачи и благополучного 2022 года.  
Команда 3A Composites



[www.display.3AComposites.com](http://www.display.3AComposites.com)



## Компания «Технографика» начала поставки режущих плоттеров JWEI LST формата B1+

Новая модель LST03II-0912-RM разработана специально для типографий, работающих не только с форматами A3+ и B2+, но и с типовыми размерами картона размером до 1200 x 900 мм без необходимости предварительного кроя.



Комплектация плоттера по сравнению с предыдущей моделью была расширена инструментом РСТ или же пресс-ножом для деликатной сквозной и половинчатой резки. Помимо этого нововведения плоттер богато комплектуется инструментами для сквозной и половинчатой резки, маркировкой на основе тангенциального и флюгерного модулей, электрическим осциллирующим инструментом, бигвальными и перфорационными колесами, а также двойным инструментом для угловой резки, позволяющим выбрать полосу переплетного картона в одно движение. Максимальная толщина обрабатываемых материалов увеличена до 10 мм. Со стороны программного обеспечения производитель JWEI предлагает функции сканирования штрих- и QR-кодов, позволяющих ускорить ввод параметров резки нового заказа, не как опциональ-

ные модули, а в рамках стандартной комплектации.

Отдельного внимания заслуживает программное обеспечение JWPS для моделирования упаковки и тары. Онлайн-библиотека шаблонов позволяет смоделировать изделие в считанные секунды для согласования с заказчиком даже без физического прототипа. Как и все плоттеры линейки, новинка предлагает электронный ввод настроек через внутренний блок управления без физического вмешательства.

Благодаря повышенной мощности, большому рабочему столу, расширенному инструментарию и программному обеспечению новый режущий плоттер JWEI LST03II-0912-RM значительно расширяет сферы применения оборудования и сокращает переменные издержки бизнеса. Первые машины уже установлены на производствах.

8 (800) 550-73-51 | [технографика.рф](http://технографика.рф)

**Рулонный УФ принтер**  
**СМУК+W Grando UV3000**

Скорость до 44 м<sup>2</sup>/час в 4 прохода

Работает на промышленных чернилах **FUJIFILM**

На головках **Ricoh Gen5i**

**ТЕХНОГРАФИКА**



## «Максилед» выпустил очередную новинку — архитектурный светильник «триколор»

Компания пополнила новым светильником MAKSIBRIGHT MB-MS-LINE-XXX линейку светодиодных приборов для архитектурной и внешней рекламной подсветки в ответ на запросы рекламно-производственных компаний.



Функционал светильника удовлетворяет потребность в эффективном решении в случае, когда проект подсветки требует использования двух или трех цветов в режиме смешения и/или чередования с любым рисунком.

В широком и надежном корпусе нового светильника используются три светодиодные планки. Персонально под каждый проект устанавливаются планки с линзованными (угол свечения 30° или 40°) или нелинованными (угол свечения 110°) светодиодами двух или трех цветов. Выбор цветов: белый — теплый, холодный или нейтральный, зеленый, красный, синий, желтый. Эффекты получаются при комбинировании тонов и их ритмов.

К примеру, использование планок двух цветов — красного и холодного белого даст розовый, а замена на теплый белый изменит и итоговый оттенок pink. Динамику переходов от красного к розовому и

белому можно настроить как угодно с помощью внешнего контроллера. Аналогично получается и со всеми прочими цветовыми сочетаниями: blue + white обеспечит переход от ярко-синего до голубого и холодного белого. А если, как вариант, нужно одновременно использовать теплые и холодные оттенки, чередующиеся в зависимости от времени суток, то можно оснастить светильник планками с белыми диодами разных температур и так далее. Среди преимуществ светильника: эффективные линзы для направленного света; герметичный — IP67; высокая надежность и простота в обслуживании; с устойчивыми силиконовыми проводами; можно диммировать каждый цвет отдельно или совместно.

Сферы использования — уличное освещение, включая рекламные конструкции, фасады зданий, мосты и прочие объекты, ландшафтный светодизайн.

## Когда светодинамика впечатляет

**MAKSILED**  
светодиодные решения

- **Smart-оборудование для рекламной и архитектурной подсветки:** модульные, пиксельные системы/светильники, прожекторы/адресные ленты, гибкий неон/системы управления, контроля качества электрической сети.
- **Персональное производство «в размер» и подбор светотехники:** решение для каждого проекта с учетом его бюджета и конструктивных особенностей объекта/воплощение любых идей светодизайнеров.
- **Техническая поддержка, консультирование, сопровождение:** инжиниринг и экспертиза/визуализация, раскладки/схемы подключения, программы управления/шеф-монтаж и постобслуживание.

**8 800 555 86 82**

Поможем реализовать проект в любой точке России





## В сувенирной линейке УФ-принтеров tDesk UV LED уникальная новинка!

Теперь безграничный функционал сувенирной УФ-печати, в том числе и по цилиндрическим изделиям, при большом рабочем поле доступен всем!



tDesk 1212 UV LED — это модель, которая имеет невиданный ранее размер рабочего поля на рынке сувенирных УФ-принтеров: 1300 x 1250 мм. Ко всему прочему аппарат обладает всеми преимуществами младшей самой популярной модели tDesk 9060 UV LED: высота заготовки до 80 см, возможность установки поворотной оси для круговой печати цилиндрических изделий, промышленные печатающие головки Toshiba, небывалая скорость печати для сувенирного УФ-принтера!

И это еще не все! Благодаря рабочему полю шириной печати в 1300 мм и глубиной в 1250 мм, а также идущей в комплекте опции присосок, устанавливаемых на балке принтера для перемещения листового материала, Вы легко сможете запечатать материал размером 1250 x 2500 мм или 1300 x 2500 мм!

Все модели сувенирных УФ-принтеров tDesk позволяют быстро и качественно осуществлять широкий спектр работ: оформление сувенирной продукции, брендинг изделий, декорирование керамической плитки и силикатного стекла, изготовление интерьерной рекламы и художественных репродукций, в том числе широкого формата, производство изделий из оргстекла, на панелях ХДФ, МДФ, дереве, УФ-печать на пластике ПВХ, ПЭТ, полистироле, композитных панелях, фресках, виниловых пленках и т.д.

На все УФ-принтеры tDesk UV LED действуют специальные линзинговые условия, благодаря которым вы сможете модернизировать свое производство и развиваться без необходимости вынимать существенные средства из оборота.

Команда 3t Group позаботится об органичном и удобном введении в работу tDesk, бесплатно взяв на себя все задачи по доставке оборудования до производства, шефмонтажу и пуско-наладке, построению цветковых профилей и полной отработке технического задания, а также по обучению вашего персонала.

<https://3-tg.ru>



**DISPA®** outdoor  
НАРУЖНЫЙ ВАРИАНТ.

**DISPA®**  
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ТОЛЩИНА 2,4 ММ.

**DISPA®** canvas  
"ПОДХОЛСТ".



Знак ответственного  
лесного хозяйства

**100% ПРИГОДНА ДЛЯ  
ВТОРИЧНОЙ  
ПЕРЕРАБОТКИ.**

НАИБОЛЕЕ ЭКОЛОГИЧНЫЕ ПАНЕЛИ  
ДЛЯ ТРАФАРЕТНОЙ И ЦИФРОВОЙ  
ПЕЧАТИ.

- Все продукты в ассортименте DISPA® изготавливаются из 100% FSC®-сертифицированной бумаги (FSC® C127595) и полностью перерабатываются – простая и недорогая утилизация в виде макулатуры
- Панели DISPA® обеспечивают оптимальную плоскостность и стабильность размеров, но при этом остаются легкими
- Одинаково высокий уровень жесткости – продольной и поперечной – является одним из главных преимуществ DISPA® перед гофрокартоном
- Выдающиеся результаты печати – структура сердцевины не просвечивает

DISPA® – ИДЕАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ:

- Рекламных кампаний в помещении
- Подвесных, потолочных вывесок
- Экранов и оформления POS/POP
- DISPA® outdoor – для кратковременного наружного применения, вывесок

[WWW.DISPLAY.3ACOMPOSITES.COM](http://WWW.DISPLAY.3ACOMPOSITES.COM)



Certified for  
HP Latex Inks

# Отрасль печати возвращается к росту и по прогнозам достигнет \$834 млрд. к 2026 году

Позитивная новость, изложенная в новом отчете аналитического агентства Smithers «Будущее глобальной печати до 2026 года», заключается в том, что после крайне разрушительного 2020 года рынки восстановились к 2021 году, хотя это не для всех сегментов одинаково.

Общая стоимость мировой печати достигнет \$760,6 млрд долларов в 2021 году, что эквивалентно 41,9 триллиону отпечатков формата А4 во всем мире. Эффект наиболее ярко проявился в публикациях, а также в некоторых графических и коммерческих приложениях. Локдауны и удаленная работа привели к резкому падению продаж журналов и газет, которое лишь частично компенсировалось краткосрочным увеличением заказов на учебные книги и книги для досуга. Печать на упаковке и этикетках

Top  
Print  
Cut

## SINAJET от Top Print Кат

### Самые популярные в Европе раскройщики из Азии

- эксклюзивно от Top Print Кат
- превосходят аналоги
- официальный российский сервис
- много режущих плоттеров SINAJET уже работает в России

Sinajet DF



topprintcut.ru  
+7 (495) 968-09-65

Sinajet DG



**Поздравляем с наступающим Новым Годом и Рождеством!**





стала гораздо более устойчивой и обеспечивает четкую стратегическую направленность развития отрасли на ближайшие пять лет.

В связи с некоторой стабильностью инвестиции в новое печатное и отделочное оборудование в этом году составят 15,9 миллиарда долларов.

Smithers ожидает, что новый спрос на упаковку и этикетки, в том числе в странах с развивающейся азиатской экономикой, будет стимулировать умеренный рост до 2026 года, когда его общая стоимость прогнозируется на уровне \$834,3 млрд. Рост объемов отпечатков будет медленнее, но большая их часть, потерянная в 2019-2020 годах, не будет восстановлена.

Реагирование на быстрое развитие потребительского спроса при одновременной модернизации типографий и бизнес-процессов будет иметь решающее

значение для будущего успеха компаний на всех этапах цепочки поставок печати.

Экспертный анализ Smithers определяет следующие основные тенденции, которые будут определять развитие печатной индустрии в 2021-2026 годах.

— В менее глобальном мире после коронавируса более популярными будут более локальные цепочки поставок печатной продукции.

— Нарушение цепочек поставок, как правило, стимулируют внедрение цифровых печатных технологий. Digital увеличит свою долю рынка (в стоимостном выражении) с 17,2% в 2021 году до 21,6% в 2026 году, что делает его основным направлением исследований и разработок в отрасли.

— Спрос на печатную упаковку для электронной коммерции сохранится, и бренды будут стремиться предлагать



улучшения в потребительском опыте и взаимодействии с продуктом.

— По мере того как мир все больше подключается к электронным средствам связи, печатное оборудование будет охватывать все больше концепций Индустрии 4.0 и веб-печати. Это улучшит время безотказной работы и объем обработки заказов, позволит лучше проводить сравнительный анализ, а машины публиковать информацию о доступной мощности в режиме реального времени для привлечения дополнительных рабочих мест.

## РУЛОННЫЙ ПРИНТЕР для БОЛЬШИХ ЗАДАЧ

- рулонная печать шириной 5,2 м, в том числе несколько рулонов одновременно
- 7 цветов: С, М, Y, К, LC, LM, LK + белый
- скорость печати до 479 м<sup>2</sup> в час
- технология UltraDrop с объемом капли 7pL
- разрешение печати до 1200 dpi
- печать листовых материалов толщиной до 11 мм (с опцией VACUUM PLATE)

*Лучшая себестоимость печати и окупаемость на рынке за счет min расхода краски (> 150 м<sup>2</sup> на литр краски) и min потребления электричества (менее 4 кВт).*

**efi VUTEK 5r+**

+7 495 956 1115  
www.prizmix.ru

# «Реклама-2021». Посетить нельзя пропустить!

Вопреки некоторым предположениям выставки не ушли в онлайн, а по-прежнему остаются востребованными в живом формате, что подтвердила и прошедшая в середине октября выставка «Реклама-2021».

## Немного статистики

Выставка «Реклама», организованная «Экспоцентром», проводилась при поддержке Минпромторга России, Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, при участии ведущих отраслевых союзов и ассоциаций, в числе которых «Ассоциация ВизКом».

В 2021 году площадь выставки составила более 3 700 кв.м, в ней приняли участие 205 экспонентов, из которых 190 российских и 15 иностранных участников из 12 стран: Германии, Ирландии, Италии, КНР, Нидерландов, Норвегии, Республики Беларусь, Республики Кореи, России, США, Чешской Республики, Японии. За 4 дня работы зафиксировано 13 800 уникальных посетителей, из которых 12150 человек являются специалистами в рекламной индустрии, что подтвердил аудит выставки, проведенный компанией ООО «РуссКом Ай-Ти Системс». Согласно данным аудита основные статистические показатели превышают цифры 2018 года (в 2019-м аудит не проводился).

Предсказуемо количество участников не выросло драматически несмотря на прошлогодний пропуск. Это объясняется всё еще нестабильной экономической ситуацией в России и в мире, а также существующими ограничениями на передвижения между странами — те же участники из Китая раньше занимали сотни квадратных метров выставочных площадей.



## Участники и технологии

В числе участников выставки по-прежнему можно было увидеть одних из лидеров отрасли, в основном поставляющих материалы и оборудования для производства рекламы. Печатные технологии представили: Roland, группа компаний «ЛРТ», ГК «РуссКом», «Автоним», «Смарт-Т», «Техно-Графика», Bigprinter и другие. Широкоформатные принтеры, пожалуй, были главными экспонатами «Рекламы-2021».

Большой интерес посетителей выставки вызвали экспозиции компаний «Диамонд Лед» и «Питон», представивших светодиодные технологии, а также оборудование и материалы для автоматизации изготовления объемных световых букв.

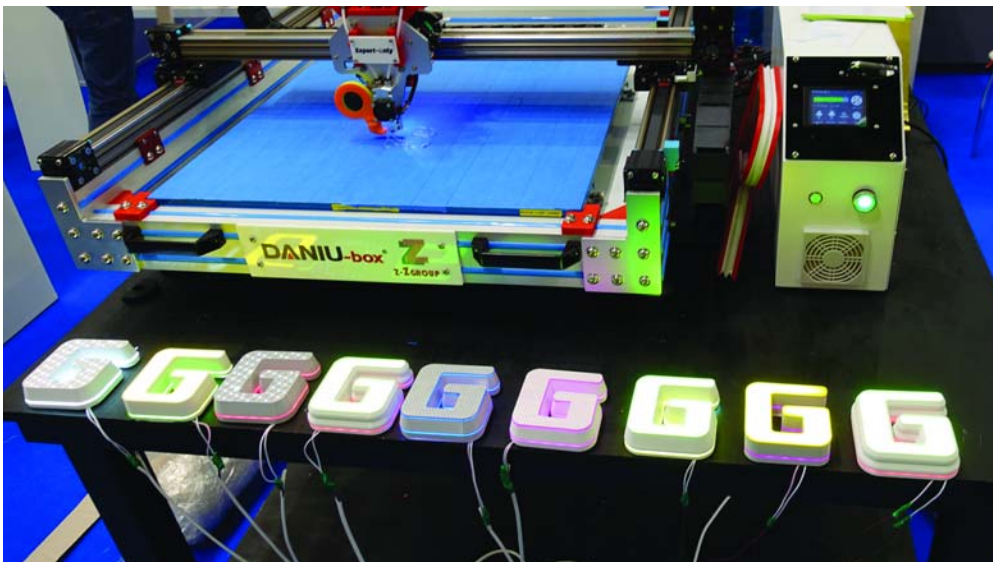
Листовые, рулонные и различные расходные материалы для рекламы представили «Зенон — Рекламные поставки», «Винк», ТД «Папиллонс», Bestly и др. Впервые участником выставки стала компания «Эковис» — отечественный производитель сотового и монолитного поликарбоната.

Зарубежные бренды представляли: Mimaki, Brother, Sipos, HP, iEcho, Esaprint, Evosan, Juki, GMP, Mefu, IDP, Docan, Canon, Epson, Roland, Aleph, Ricoh, Kornit Digital, Witpac и другие.

## Быть или не быть? Это не вопрос!

Злые языки поговаривают, что выставки уходят в прошлое. Однако рациональ-





ные доводы говорят об обратном. Покупка оборудования — дело серьезное, требует очного контакта с продуктом, его тестирования, общения с техническими специалистами. А если вы хотите сделать выбор? Без выставки пришлось бы объезжать несколько торговых компаний. А если эти компании находятся в разных городах? А если вы лишь приглядываетесь к возможной будущей покупке? Тогда трата времени на перемещения из одного офиса в другой уж точно будет нерациональной. А хорошо бы еще встретиться с коллегами. А вдруг что-то новенькое появилось, а я не знаю? Универсальным и объединяющим решением для каждого описанного случая является выставка. Во всяком случае, это очевидно для посетителя. А если есть мотив у потенциального покупателя посетить выставку, то разумно и поставщику в ней участвовать.

Конечно, за последние годы все научились считать деньги (во всяком случае многие так думают). Поэтому посетители, приезжающие из других городов, хотят получить максимальный эффект от командировки. Для этого вокруг целевого события организуются различные смежные мероприятия и насыщенная деловая программа, а экспоненты предлагают специальные условия на заявки, сделанные на выставке. Часть прибывших на «Рекламу» посетителей позже отправилась на SIGNForum-2021. В то же время каждый мог попасть на «Матрицу Рекламы» (организаторы: АО «ЭКСПОЦЕНТР», КВК «Империя»), специальный форум для производителей рекламы, организованный Ассоциацией «Виз-Ком», другие конференции и специализированные сессии.

Что касается целесообразности участия, то несмотря на относительно высокие бюджеты, лишь выставка (или альтернативные высокобюджетные оффлайн мероприятия) позволяет вести прямое общение с потенциальными покупателями, оказывает влияние на имидж компании (что позитивно отражается на дальнейшей конверсии), укрепляет отношения с потенциальными и существующими клиентами. Остается лишь правильно организовать свое участие, чтобы максимально эффективно использовать коммерческий потенциал выставки, что подтверждают отзывы участников «Рекламы-2021».



*Андрей Дарьинский, директор по развитию «ЗЕНОН-ТЕХНИК»:*

«Наша компания представляет на выставке «Реклама» оборудование, расходные материалы и технологии. Мы занимаем три больших стенда. В выставке «Реклама» мы участвуем с самого начала и пропустили ее только один раз. Это главная выставка для нашей индустрии. Если мы тут не будем присутствовать, то наши клиенты начнут беспокоиться. Участие в выставке «Реклама» — это лицо компании».

*Александр Евсеев, генеральный директор компании «СТАНКОМ»:*

«Большое преимущество выставки «Реклама» состоит в том, что здесь благодаря техническому оснащению павильонов можно продемонстрировать станки в действии и тут же показать готовые изделия, которые они производят, объяснить принцип их работы. Посетители, которые к нам приходят на стенд, — это на 90 % наша целевая аудитория. Людей, которые раньше не сталкивались со станками с ЧПУ, мало, но и среди них после ознакомления с оборудованием появляются потенциальные заказчики. Будем участвовать в выставке в следующем году».

*Аркадий Агамиров, руководитель компании BIGPRINTER:*

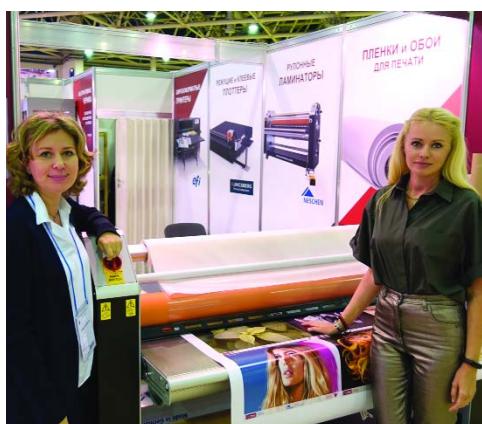
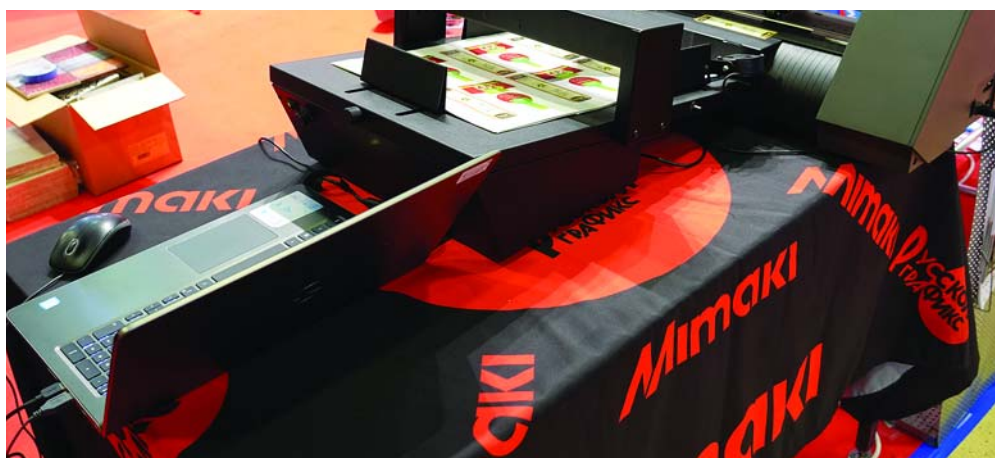
«По поводу посетителей могу сказать следующее. Если мы делаем подходящий сегодняшней ситуации продукт по подходящей цене, то хороший продукт на хорошей выставке находит хорошего покупателя».

*Александр Чуикин, директор компании «ХИМСЫРЬЕ»:*

«Посетителей в этом году, по моим ощущениям, больше, чем в прошлом. В основном это целевые посетители, специалисты. Мы не стремимся получить на этой выставке максимальное количество заказов. Для нас это в большей степени имиджевая выставка. Мы многих знаем и здесь встречаемся с давними клиентами, которые приезжают из всех регионов для делового общения. Есть и новые заказчики».

*Азат Насыров, менеджер по продажам компании «Светотехника Востока»:*

«На этой выставке мы расширяем свою клиентскую базу за счет новых партнеров, поскольку рекламный бизнес не стоит на



месте. Мы довольны притоком посетителей и качеством целевой аудитории. Помимо клиентов, с которыми давно работаем, приходит очень много новых. Организация выставки отличная. Все на высоком уровне».

*Сергей Буянов, менеджер по продажам компании «Русском Графикс»:*

«Наша компания — официальный дистрибьютор оборудования Mimaki в России. Выставка «Реклама» для нас — целевая. Клиентов много. Здесь мы каждый

год демонстрируем свои новинки, как только они появляются. Выставка для нас всегда очень продуктивная. Отдача от этой выставки у нас очень высокая. Как всегда, радует отличная ее организация. Пропустить такое событие — просто нереально».

Согласно проведенному опросу 81% экспонентов намерены участвовать в выставке повторно, 98% посетителей рекомендуют посещение выставки своим коллегам/партнерам.



# Сайнфорум «ВИЗКОМ»: открыто о настоящем и будущем индустрии визуальной рекламы.

19 октября в рамках выставки «РЕКЛАМА-2021» состоялся Сайнфорум «ВИЗКОМ», организованный одноименной ассоциацией производителей средств визуальной рекламы и информации.

Задача форума — вынести на обсуждение профессиональной аудитории актуальные вопросы, влияющие на развитие отрасли. Именно поэтому все модули мероприятия проходили в формате панельных дискуссий, на которых эксперты обозначали суть проблемы, затем дискутировали между собой и отвечали на вопросы аудитории. Среди обсуждаемых тем: необходимость создания отраслевого ОКВЭД, отраслевые стандарты, профессионализм участников индустрии визуальной рекламы, взаимоотношения между заказчиками и подрядчиками, ценовые ориентиры и др.

В качестве экспертов выступили: Станислав Тен, президент Ассоциации ВизКом, Роман Герасимов (ЛазерСтиль), Павел Мизрахи (PeCeM), Сергей Окованцев (СТМ), Сергей Пилатов (Рекламный Совет), Алексей Константинов (Широкий Формат), Александр Вышинский (Точка), Олег Коцарь (ООНReklama), Елена Герасимова (ЛазерСтиль), Андрей Макачев (Смарт-Т), Юлия Арешко (Русском), Павел Желтиков (Первый Цех), Анна Павлюченко (DVGMedia), Олег Вахитов (журнал НАРУЖКА), Анастасия Малетина (М.Видео/Эльдорадо), Алексей Гисак (Воккер).

Сергей Окованцев представил краткие результаты первого исследования индустрии производства вывесок. В исследовании приняли участие более 160 рекламно-производственных компаний со всей России. Полученные данные были экстраполированы на общее количество занятых в отрасли РПК (около 6000). В результате

полученных данных годовой оборот рынка производства визуальной рекламы составил около 180 млрд рублей, а количество занятых в отрасли сотрудников превысил 100 тыс. человек, что не так уж и мало, если учитывать, что это узкоспециализированный малый бизнес. А из этого следует, что отрасли необходимы свои отраслевые стандарты и свой ОКВЭД, о чем в своем выступлении рассказал Станислав Тен, президент Ассоциации «ВизКом».

Немало внимания было уделено профессионализму участников индустрии. Отсутствие специального образования, легкий почти нулевой порог входа в этот бизнес приводят к снижению общего качества предоставляемых услуг, недоверию к индустрии и её игрокам в целом. А это в свою очередь порождает демпинг, нежелание клиентов платить справедливую цену за рекламные конструкции.

Роман Герасимов, руководитель компании «ЛазерСтиль», обозначил главные вызовы для РПК на ближайшую перспективу. По его словам, на объем производимой рекламной продукции влияет не только 902 постановление, аналоги которого распространяются и в регионах, но также оптимизация брендбуков основных сетевых клиентов. Например, если раньше изготавливалась вывеска с надписью «Внешторгбанк», то теперь «ВТБ». Крупные торговые сети диктуют всё более жесткие условия для своих подрядчиков, вводя постоплату через 90, а иногда и более дней, что приводит к дефициту оборотных средств.

В то же время наблюдается небывалая инфляция, касающаяся цен на материалы. При этом клиент требует фиксировать рублевые цены на рекламную продукцию на год-два. Качественное оборудование также существенно подорожало, что при прочих негативных условиях ограничивает возможности модернизации технологического парка.

Взаимоотношениям между заказчиками и подрядчиками был посвящен отдельный блок Сайнфорума «ВИЗКОМ». В панельной дискуссии «Война и мир. Заказчик и РПК» приняли участие не только производители вывесок, но и крупные сетевые клиенты. Стороны поделились своими болями с аудиторией и расставили некоторые точки над «и». Открытые прения позволили сторонам лучше понять мотивации принимаемых решений и послужили началом дальнейшего диалога при содействии отраслевой ассоциации.

Во время форума Сергей Пилатов объявил о вступлении Ассоциации «ВизКом» в Саморегулируемую организацию Ассоциацию маркетинговых услуг «Рекламный Совет» и торжественно вручил Станиславу Тену соответствующий пакет документов. Сергей Пилатов также отметил важность объединения участников индустрии для решения отраслевых задач. Использование общих ресурсов профессиональных организаций позволяет увеличивать эффективность внедрения отраслевых инициатив и лоббирование интересов участников индустрии на законодательном уровне.

# SIGNForum 2021.

## Долгожданный и незабываемый!

Успех SIGNForum 2021, отраслевого мероприятия для производителей наружной рекламы, был предрешен. Люди соскучились по живому общению, по смене обстановки, позитивным эмоциям и впечатлениям. А заявленные темы выступлений спикеров лишь «подлили масла в огонь». В итоге около 200 специалистов со всей России с 19 по 22 ноября собрались в парк-отеле «Солнечный», чтобы получить новые знания и обрести новых друзей и партнеров.

### Деловая программа

Деловую часть форума открыл Станислав Тен, Президент Ассоциации «ВизКом», который обозначил основные проблемы индустрии визуальной рекламы и рассказал о возможных путях их решения силами профессионального сообщества.

Вслед за выступлением Станислава Тена были озвучены результаты первого исследования состояния рынка производителей наружной рекламы. Более подробно о нем можно узнать в отдельном материале данного выпуска журнала.

На SIGNForum компания «СТМ», являясь организатором мероприятия, традиционно презентует новый продукт из линейки светотехники ELF. На этот раз Сергей Окованцев, директор по маркетингу «СТМ», представил ELF NOVO — светодиоды, внутри которых установлены микролинзы, позволяющие рассеивать свет на 180 градусов. Благодаря данному свойству ELF NOVO можно устанавливать в объемные буквы меньшей толщины и тем самым снижать себестоимость готового изделия. Другая особенность новой линейки — питание 24 В, что повышает стабильность работы светотехники и её надежность в долгосрочной перспективе.



Для того, чтобы световая реклама была еще более эффектная и эффективная, Андрей Кондауров (компания «Искра») предлагает использовать контроллеры RunLine. На форуме он рассказал, как с их помощью зарабатывать еще больше на производстве вывесок.

Пожалуй, самую популярную в России печатную технику Mimaki представили Юлия Арешко (ГК «Русском») и Андрей Макачев («СМАРТ—Т»). Сергей Окован-

цев призвал перейти на новый уровень производства, приобретя лазерные станки HAN'S Laser. А Григорий Копылов из RDP обсудил достоинства и недостатки технологии изготовления букв из жидкого акрила.

Целый блок выступлений был посвящен вопросам согласования вывесок и юридическим аспектам деятельности РПК. Говорили также об обучении и автоматизации учета производственной деятель-



ности. Обсудили актуальные ритейл—концепции и вывеску как эффективный инструмент маркетинга.

Одним из самых запоминающихся выступлений стал кейс Николая Нефедова, арт—директора казанской компании «Неон—Арт», по созданию дизайн—проектов для амбициозных клиентов. А самым эмоциональным, судя по реакции зала, стал монолог Сергея Данилова, который в стиле stand up рассказал о тернистом пути дизайнера, желающего сделать мир лучше, в современных реалиях.

Стоит также отметить, что в фойе конференц—зала была организована компактная выставка, где можно было ознакомиться с представленной во время выступления продукцией и пообщаться с соответствующими специалистами.

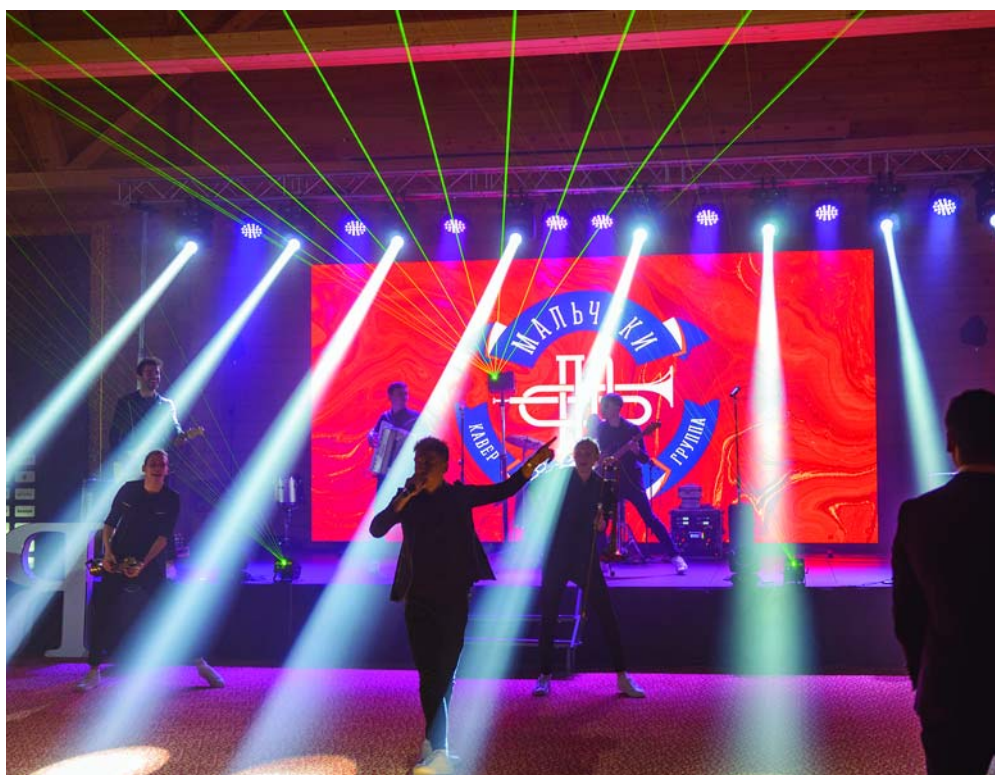
### И хлеб, и зрелище!

SIGNForum — это не только презентации и выступления на актуальные темы. Это еще и нетворкинг в приятной атмосфере. Участники форума разместились в Park Hotel&Spa «Солнечный» по системе «Всё включено». В их распоряжении были игровые площадки, огромный спа—комплекс, благоустроенная территория, рестораны и комфортабельные номера. Каждый вечер участники собирались в лобби отеля, чтобы пообщаться и спеть любимые песни под гитарные ритмы.

По традиции SIGNForum завершился большим гала—ужином с развлекательной программой. В первой его половине прошло награждение призеров конкурса вывесок «Полный Out». Работы конкурса были вывешены рядом со входом в конференц—зал, а победителей выбирали участники форума. С полным списком призеров можно ознакомиться на сайте: <https://www.elf—light.ru/news/31866/>

Завершился гала—ужин выступлением артистов с лазерным шоу и концертом кавер—группы «Мальчики по вызову», солисты которой мгновенно зажгли аудиторию и вытащили на танц—пол половину зала.

SIGNForum 2021 пролетел буквально на одном дыхании, оставив приятные воспоминания, новые знания и ценные контак-



ты в записной книжке. О чем свидетельствуют и отзывы некоторых участников.

*«Уважаемые коллеги! Спасибо за отличную организацию форума! Участвуем впервые, услышали много интересного, полезно, были рады знакомству вживую!*

*Валентина и Любовь. РА «Жираф».*

*Бурятия. Улан—Удэ*

*Друзья, всех был очень рад видеть! Вы крутые! Спасибо за эмоции!*

*Дмитрий Бажул, newBOARD, Чита*

*«Друзья! Вот и закончилось знаковое и, пожалуй, самое важное ежегодное событие в*

*рекламном бизнесе — SignFORUM 2021. От всей души хочу поблагодарить организаторов форума, спикеров, активных участников и всех посетителей. Отдельное спасибо Сергею Окованцеву и Елене Дарминой за организацию, Марку Лангману за возможность существования данного мероприятия, Сергею Данилову за эти чудные «Подмосковные вечера». Мне было приятно встретить старых друзей и знакомых, не менее приятно познакомиться с новыми людьми.*

*С нетерпением уже жду следующей встречи. SignFORUM Forever!»*

*Анатолий Колесник,  
«Левша», г. Братск*

# Первые исследования рынка показали обнадеживающие результаты

За всю историю существования отрасли производства визуальной рекламы ни разу не проводились масштабные исследования, которые показали бы объемы рынка, количество занятых сотрудников, предпочтения компаний в выборе технологий и т.д. В этом году усилиями компании «СТМ» при поддержке Ассоциации «ВизКом» впервые сделана попытка посчитать отрасль. И вот, что из этого вышло.

Прежде всего необходимо рассказать о методологии проведенного исследования. Часто для получения данных нет необходимости поводить опрос каждого респондента, имеющего отношения к объекту исследования. Для этого достаточно определить целевые выборки, наполнить их некоторым количеством релевантных респондентов и провести среди них опрос. Полученные данные необходимо экстраполировать на известное количество участников рынка и получить средние значения. Почему такая схема может выдавать достаточно точные результаты, если даже было опрошено лишь несколько процентов респондентов от их общего количества? Дело в том, что если вышеуказанные выборки определены правильно, то, начиная с определенной итерации, отклонение от общих результатов становится несущественным и дальнейшие опросы теряют смысл. Но для таких точных и качественных исследований требуется профессиональная работа обученных людей, что весьма дорого, а также некоторые точные статистические данные, которые мы не можем получить хотя бы потому, что у нашей отрасли нет ОКВЭД, а значит, граница между нашими респондентами и не совсем нашими весьма условна.

И тем не менее, проведенные исследования можно считать достаточно объек-

тивными с определенной долей погрешности, отклоняющейся от точных данных явно не на порядок и даже не в разы. Хотя бы потому, что при обработке данных здесь также наблюдался эффект стремления к нулю отклонения показателей от средних величин после обработки определенного количества ответов респондентов.

Всего в опросе приняли участие 160 компаний разной величины. По некоторым солидарным данным в России услуги из области визуальной рекламы (производство вывесок, роsm, городское оформление, широкоформатная печать и т.д.) предоставляют около 6000 компаний. Соответственно, полученные в результате опроса средние величины на одну компанию ум-

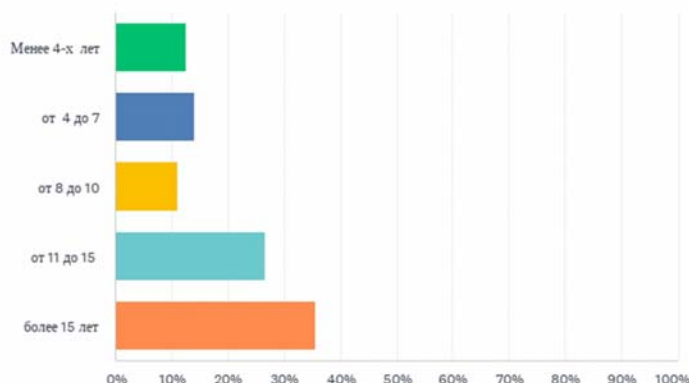
ножались на общее количество компаний и получались цифры, имеющие отношение к общему объему рынка.

Итак, в результате анкетирования выяснились следующие любопытные подробности.

В среднем на одну РПК приходится 13 сотрудников, занятых на производстве, а 9 работают в офисе. При этом количество респондентов, которые указали, что в этом году сократили персонал в сравнении с 2020 годом, почти совпало с количеством тех, кто заявил о найме новых сотрудников. Общее же количество занятых в индустрии производства визуальной рекламы сотрудников, превышает 100 тысяч человек.

## В5: Возраст вашей компании

Ответили: 135 Пропустили: 24





Производственная площадь среднестатистической рекламно-производственной компании — чуть меньше 600 кв.м, в то время как под офисную площадь выделяется в среднем чуть больше 100 кв.м площади.

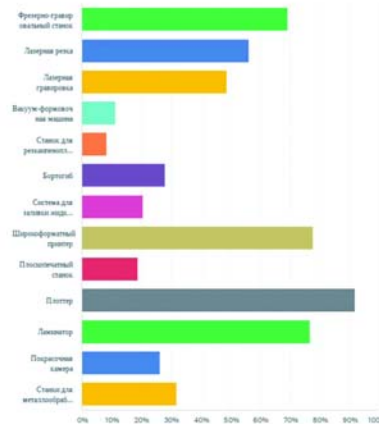
В индустрии доминируют компании, чей возраст превышает 15 лет (35%). В то же время появилось немало молодых компаний, которым менее 4 лет (12%) (B5)).

Весьма обнадеживающие результаты по объему выполненных заказов респонденты продемонстрировали за пандемийный 2020 год (B8). Около 10% компаний заявили об обороте более 100 млн рублей за год. Хотя большая часть компаний (64%) указали относительно скромный оборот до 20 млн рублей. Если полученные в ходе исследований цифры по оборотам компаний суммировать, а затем разделить на количество ответивших, то получим примерную цифру в 30 млн рублей. Это средний годовой оборот российской РПК в 2020 году. Умножив это число на общее количество компаний, получим оборот всей отрасли, равный 180 млрд рублей!

Любопытны также данные по типам используемого на рекламном производстве оборудования. Самым популярным станком является режущий плоттер (91%), что, впрочем, вполне предсказуемо. В тройку лидеров также вошли широкоформатный принтер (77%) и ламинатор (76%). Наличие на производстве бортогиба указали лишь 28% респондентов. А самым редким видом оборудования оказался станок для резки пенопласта (B12).

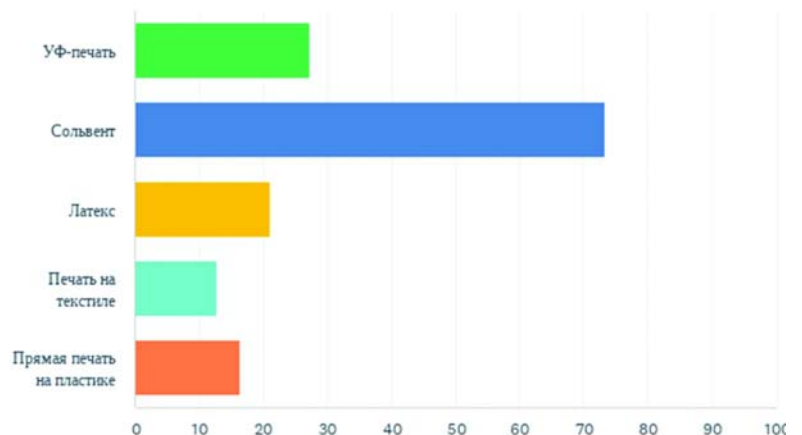
### B12: Перечислите оборудование, которым владеет ваша компания

Ответили: 107 Пропустили: 52



### B17: Доля различных печатных технологий в объеме печати

Ответили: 73 Пропустили: 86

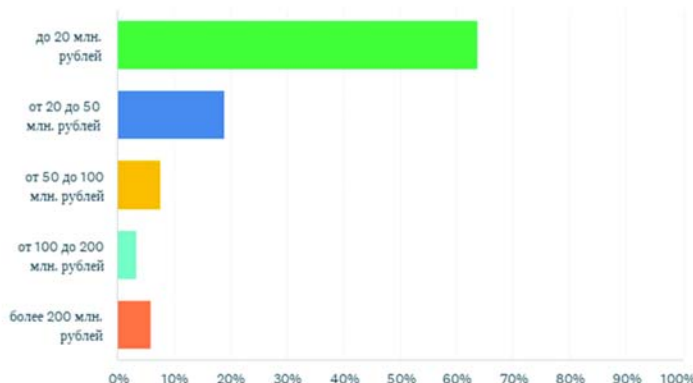


В широкоформатной печати преобладающей технологией является сольвентная печать — соответствующие принтеры установлены у 73% респондентов. А бурно развивающаяся печать по текстилю представлена лишь у 13% РПК — огромный потенциал для роста (B17)! В целом 52% из числа

заполнивших анкету планируют инвестировать средства в покупку нового оборудования. Половина из них выделяют для этого до 1 млн. руб., а 6% ответивших — более 10 млн. руб., что вполне коррелирует с данными по оборотам компаний. Всего же, если полученные из анкет цифры экстраполировать на предполагаемое общее количество компаний на рынке, получим 7 млрд рублей потенциальных инвестиций в обновление технического парка РПК.

### B8: Совокупный объем выполненных вашей компанией проектов и заказов в 2020 году

Ответили: 116 Пропустили: 43



Проведенные исследования говорят о том, что наша отрасль имеет определенный потенциал для роста, размеры рынка и количество занятых людей не так уж малы, как это могло казаться ранее. И, что особенно важно, неплохие перспективы есть у тех компаний, кто планирует свое развитие, инвестирует средства в автоматизацию производства, повышающего рентабельность бизнеса, и в качественное оборудование.

# Итоги 2021 года: рекорды продаж и позитивный настрой!

Уходящий год был полон надежд и тревог одновременно.

Поставщики технологий в некоторой степени являются зеркалом индустрии производства визуальной рекламы. В этой связи мы попросили некоторых из них ответить на вопросы:

1. Как вы оцениваете успехи вашей компании по итогам 2021 года?
2. Как на ваш взгляд изменилась индустрия визуальной рекламы в целом за последний год?

**Денис Полянцев,**  
руководитель компании **MAKSILED**

Уходящий год был отмечен высоким уровнем неопределенности. Тем не менее компания MAKSILED в течение всего периода продолжала развитие продуктов, ориентируясь прежде всего на потребности заказчиков и тренды рынка. В целом на рынке светодиодных изделий в 2021 не происходило революционных изменений, но благодаря этому нам удавалось в методичном режиме оттачивать качество и характеристики светотехники — как топовых для РПК наименований, так и новинок ассортимента.

Среди основных тенденций можно назвать следующие.

— Непрерывно увеличивающаяся популярность и расширение сфер применения гибкого неона. Наша компания осенью предложила обновленную линию неона с кратностью реза менее 1 см, широким разнообразием цветов, включая новые оттенки. Повысилась популярность RGB и смарт неона для полноцветной светодиодной динамики.

— Развитие направления лент со свечением без разрыва светопотока, созданных по технологии COB. Начав свою «деятельность» с интерьерного освещения, COB-технологии сейчас активно внедряются и в рекламные носители. Непрерывный свет таких лент имеет отличные визуальные и качественные характеристики (высокий CRI), поэтому, я уверен, технология продолжит свое наступление на наш

рынок и в следующем году. В частности, мы ожидаем расширение палитры, поставку COB-лент цветного свечения.

— Светодиодные модули продолжают стремиться к своему совершенству, и мы продолжаем «отшлифовывать» их характеристики. Результаты работы можно наблюдать уже сейчас: совершенствуются параметры линз до угла светопотока 172°, повышается энергоэффективность через рост показателя люмен на ватт, еще больше модернизируется дизайн корпусов, растут надежность и гарантийные сроки. Вероятно, в ближайшей перспективе мы будем вводить в ассортимент светодиодные модули 24 В — с более высоким КПД и при этом доступной ценой. Это поможет нашим клиентам увеличивать эффективность проектов и удовлетворять взыскательные требования своих заказчиков. Наши действующие серии 12 вольтовых модулей также по-прежнему будут поставляться как популярные и востребованные в настоящий момент.

Модернизация коснулась и продуктов других категорий, включая сопутствующие (блоки питания, контроллеры, даже провода и крепления).

Кстати, если говорить об изменениях на рынке световой рекламы, то мы наблюдаем многократно возросший спрос на инженерную поддержку. Если ранее мы активно промоутировали наш инжиниринг как дополнительную ценность, то сейчас мы видим естественную потребность — то, в какой высокой степени рекламщики нуждаются в этом сервисе. Это связано со

все большим усложнением проектов. Без консультаций, профессиональной проработки сложных схем подключения, раскладок, разработки персональных систем управления проекты просто «встают» на пути к реализации. Поэтому и вырос спрос. Наши инженеры работают с заказчиками, мы продолжаем оказывать перечисленные услуги бесплатно, при необходимости выезжаем на объекты для шеф-монтажа.

Отмечу, что наблюдающееся усложнение проектов основывается на изменении запросов владельцев объектов недвижимости или их управляющих: ТРЦ, магазинов, кафе, офисов... Они в большинстве случаев уже хотят не просто подсветить территорию, здание, фасад или конструкцию, а оформить их комбинацией световых эффектов с уникальным рисунком и ансамблем красок. А значит, клиенты повышают требования к предлагаемым РПК и другими поставщиками техническим решениям. Запрашивают, по сути, интеллектуальную управляемую систему подсветки с простой и доступной функцией управления, регулировки и контроля. Системы управления светом активно распространяются и на вполне стандартные рекламные носители — вывески, коробка и т.п. Смарт-решения — это не только впечатляющий дизайн, но и продление срока работы светового оборудования, а также рациональная экономия энергии без ущерба красоте подсветки.

В этом году мы предложили новую и наиболее продвинутую технологию: управление «архитектуркой» и вывесками с функцией контроля, инспекции и предхо-



ранения от перепадов напряжения с помощью устройства Sigma Inspector. При внедрении таких решений сходятся интересы всех сторон. Владельцы объектов экономят электроэнергию и снижают расходы на обновление оборудования, т.к. оно работает долго и стабильно. Рекламщик защищен от непредсказуемых поломок и незапланированных выездов на объект, а также получает плюс к репутации и конкурентное преимущество при работе с клиентом. Мы уверены, что рынок будет двигаться именно в направлении smart-решений, они выводят использование света на совершенно новый уровень, и за этим дальнейшее развитие.

Наша задача на предстоящий год — продолжать внедрять передовые технологии, повышать их ценовую и интеллектуальную доступность, оказывать экспертную поддержку при реализации световых проектов в рекламе, дизайне, архитектуре.

**Иннокентий Виленский,  
руководитель компании  
«Технографика»**

Уходящий год будет для нас рекордным по объемам продаж практически по всем направлениям. Мы не любим приводить цифры, так как одних это злит, других смешит, у кого-то вызовет сомнение. А те, кому необходимо проверить, имеют для этого все возможности. Для нас основной показатель, это не просто реализованные единицы или валовый доход, основной показатель — это EBITDA, а он внушает спокойствие и надежду, что новый год будет только лучше.

Важно трезво оценивать изменения в индустрии, чтобы понимать, куда смотреть завтра. По нашему мнению, основным драйвером роста явилось увеличение денежной массы на рынке, доступной для реализации новых проектов. По этой причине естественным образом спрос идет на качественные и проверенные решения, которые берутся под работающий бизнес, не имеющий серьезных неопределенностей. Для такого бизнеса мы предлагаем капитальные решения с наилучшими характеристиками на долгие годы вперед. Желаем всем своим клиентам и партнерам, чтоб новый 2022 год, стал еще более продуктивным и, главное, чтобы все были здоровы!

**Динара Броневицкая,  
руководитель отдела продаж  
компании «ПРИЗМИКС»**

Итоги 2021 очень обнадеживающие: в этом году «Призмикс» значительно расширил свой ассортимент: в линейке EFI появились модели начального и среднего класса, что сделало это оборудование доступным не только для крупных производств; у нас появились клеевые плоттеры F Service и рулонные ламинаторы Neschen, благодаря чему мы расширяем и рынки своих клиентов, и возможности уже существующих партнеров. За год реализовано несколько интересных проектов, о которых мы обязательно скоро расскажем!

Индустрия начала меняться, шок от ковид-лишений перешел в стадию активного принятия существующих реалий и перестроения под них. Многие производства от стратегии экономии перешли к обновлению и расширению, такого количества запросов на принтеры мы, пожалуй, ещё не получали. Да и по спросу на качественные, а не дешевые, материалы для печати рынок значительно продвинулся вперед, что не может не радовать. В целом настрой рынка позитивный, есть ощущение, что многие партнеры-конкуренты тоже пришли к пониманию, что лучше договариваться и объединяться в каких-то проектах, чем конфликтовать и терять. Так что поговорка «что нас не убивает, то делает сильнее» как никогда отражает существующую картину рынка. Всем удачи!

**Дмитрий Грацков, директор  
по маркетингу компании «Смарт-Т»**

Лучше слов скажут цифры. Компания «Смарт-Т» установила абсолютный рекорд среди всех дистрибьюторов Mimaki в мире, установив за год более сотни УФ-принтеров Mimaki UJV100. Второй год подряд мы стали ведущим дистрибьютором iESHO в России, в разы увеличив объемы поставок этих раскройных комплексов, теперь они исчисляются десятками. Мы дали мощный старт продаж новейшему текстильному принтеру Mimaki TS100, только за осень запустив 19 машин.

Говоря в целом, нынешний год не принес ничего революционного в индустрии,

но еще сильнее продемонстрировал обозначившиеся ранее тенденции. Во-первых, продолжается передел рынка широкоформатной рулонной печати. Не так стремительно, как в Европе, но экосольвентная печать уступает позиции более качественной, практичной и экологичной технологии УФ-отверждения. Во-вторых, все больше рекламных производств берут на вооружение сублимационную текстильную печать. Один такой комплекс позволяет изготавливать не только широкоформатную рекламу на текстильных носителях, но и огромный ассортимент сувенирной и промопродукции. И, наконец, третья характерная особенность — второй год стремительными темпами растет отрасль постпечатной обработки и раскроя. Это обусловлено выходом на рынок техники из КНР, которая догнала по качеству европейские и американские аналоги, но при этом предлагается по цене вдвое меньшей.

**Осипова Ирина, маркетолог  
компании «ТОП ПРИНТ КАТ»**

Компания «ТОП ПРИНТ КАТ» (ТПК) — это новая компания, эксклюзивно представляющая на российском рекламном рынке популярный в Европе автоматический планшетный плоттер китайского производства — SINAJET, а также другие продукты. Сотрудники ТПК уже много лет занимаются темой автоматизированного раскроя и накопили большой опыт. Интерес к SINAJET в России растет, что неудивительно, так как у бренда много преимуществ перед конкурентами. ТПК принимала участие в Полиграфическом форуме в Санкт-Петербурге и выставке «Реклама» с прекрасной машиной SINAJET DF. Налажен местный сервис. В 2021 году ТПК удалось поставить более 10 машин SINAJET, как больших, так и компактных, что, безусловно, можно считать успехом. Наверное, лучший первый год трудно себе представить!

На наш взгляд в индустрии усиливается конкуренция и расслоение на крупные и мелкие компании. Для того, чтобы быть наверху, надо иметь реальные производственные преимущества и автоматизацию. Продукты ТПК полностью вписываются в тему Индустрии 4.0 и тренды на рынке, повышая конкурентоспособность наших клиентов — производителей рекламной продукции.

# Развивайся или умирай!

Да! Сейчас на рынке наружной рекламы вопрос стоит именно так.



Сам рынок наружки, конечно, никуда не делся. Он практически вечный. Магазины будут работать несмотря на временные ограничения. В современном городе жизнь не останавливается никогда. Спортивные сооружения, учебные заведения, развлекательные центры и многие другие объекты городской инфраструктуры продолжают строиться и перестраиваться. Даже на государственном уровне формируются большие планы. Правительство РФ представило новую стратегию под названием «Агрессивное развитие инфраструктуры» для обеспечения достижения национальной цели «Комфортная и безопасная среда для жизни». Работы для рекламных производств по-прежнему много. А что же еще изменилось за последние годы?

## Главные изменения произошли в заказчиках

И с этими изменениями нужно считаться. Заказчики наружной рекламы становятся более опытными и профессиональными. Сказывается процесс глобализации. Вместо мелких и временных игроков на рынок выходят крупные бизнесы с большими амбициями. И они требуют от своих подрядчиков профессиональной работы, хорошего качества и крутого сервиса. Добавьте сюда еще умение жестко торговаться или устраивать сложные тендеры, и вы получите портрет современного заказчика наружной рекламы. В такой ситуации бизнесмену-производителю все сложнее держать высокий темп работы и желанный уровень прибыли. Многие производители понимают, что нужно шагать в ногу со временем. Иначе складыва-

ется странная ситуация. Клиенты растут, а подрядчики отстают. Новое время требует новых знаний. Успешный предприниматель всегда учится.

## Что обычно делает владелец производственной компании?

Он, будучи постоянно погруженным в производственный процесс, первым делом хочет развивать свои технологии. Он стремится обновить свой станочный парк. А новое оборудование по стоимости, как самолет, требует больших кредитов. Но именно в этом предприниматель видит ключ к успеху в конкурентной борьбе. И он ошибается!

Жизнь диктует совсем другие решения. В конечном итоге на любом рынке в конкуренции побеждает не та компания, у которой много станков, сотрудников и клиентов. Побеждает бизнес, в котором лучше налажены внутренние бизнес-процессы. Это так называемые внутрифирменные транзакции, которые порой требуют много времени и больших усилий от сотрудников. Именно из-за этих внутренних трений между отделами и сотрудниками накаляется обстановка в коллективе и появляется ежедневная усталость.

Задайте себе вопрос, на что тратят свое время сотрудники в течение дня? Вы наверняка не знаете точного ответа. А некоторые руководители скажут, что им все равно, что делают подчиненные. Лишь бы дела не стояли и результаты были. А если результаты работы компании плохие, то виновата в этом внешняя среда и обстоятельства. Знакомая картина?

## Что же действительно должен делать владелец компании?

Первая задача владельца заключается в четком распределении ролей в коллективе, как в большом симфоническом оркестре. Каждый играет только свою партию на своем инструменте.

Задача собственника бизнеса — думать о стратегии его развития и слегка координировать действия своей команды, как это делает дирижер в оркестре. Сам лично он не играет ни на каком инструменте и не издает ни звука. Он только контролирует ситуацию. Операционные вопросы решаются наемными сотрудниками.

А чем же конкретно должен заниматься владелец или топ-менеджер? Ответ простой. Он принимает решения. Это его работа. Все вопросы, требующие принятия решения, поступают руководителю. А исполнитель должен просто работать и не отвлекаться от своих процессов. Это очень легко делать, когда все решено.

Почему во многих крупных компаниях рядовые сотрудники не устают? Они работают по четким инструкциям и не принимают решений.

## Какой вывод напрашивается?

Чтобы руководителю выйти из круга ежедневных операционных задач, ему нужно один раз принять решения по всем повторяющимся вопросам. А процессы в производственном бизнесе постоянно повторяются. Нужно выстроить последовательность всех технологических процессов и прописать четкие и подробные инструкции для персонала.



Ох, как скучно это звучит! Правда? Да. Это требует определенных усилий и остановки текущих дел. Но этот путь нужно пройти один раз. Чтобы починить машину, нужно ее остановить. А чтобы быстро все починить, нужно сначала этому научиться. Повышение квалификации бизнесмена — это самый больной вопрос российского бизнеса.

Владельцу компании бывает трудно признать себя некомпетентным, спрятать свою гордость и пойти учиться. Очень непросто бывает признать чей-то успех. Проще объяснить себе причину чужого успеха интригами, знакомствами или везением. Нужна смелость, чтобы со стороны взглянуть на свой бизнес, как на часовой механизм или автомашину. Все ли детали в вашей машине на своем месте? Нет ли лишнего трения между узлами механизма? Что требует смазки, замены или ремонта?

А дальше построенная вами машина поедет сама и будет легко разгоняться. Совершать сложные и крутые повороты и остановки больше не требуется. Владелец трагит на управление компанией буквально пару часов в день. Зачем постоянно заглядывать под капот, когда все четко работает?

**Именно такой подход к организации бизнеса использует Ильгиз Рашидович Абдуллин, владелец компании «АИР СТИЛ», город Казань.**

Его бизнес прошел путь систематизации всех бизнес-процессов. Описаны все технологические цепочки. Созданы правила и инструкции. Некоторые регламенты для наглядности висят на стенах производственного цеха. Порядок в работе с сырьем и комплектующими можно назвать образцовым. Система работы с клиентами вышла на высшую стадию. Это когда повторных клиентов гораздо больше новых. Объемы выполняемых заказов доходят до цифр 700 вывесок в год.

Но, это еще не все! Следующим шагом стала разработка собственного софта для управления всеми процессами компании. Идея оказалась очень удачной. Программа получила название «RB CRM». И на сегодняшний день это самостоятельный и успешный проект. Новой CRM-системой уже пользуются много других компаний на разных производственных рынках.



## ЛИДЕРЫ РПК 2022

### Почему у этой CRM-программы вдруг такая популярность?

Дело в том, что большинство хорошо известных CRM-систем были разработаны в помощь отделу продаж. А вот простое управление производством не организовано ни у одной популярной системы. «RB CRM» контролирует взаимоотношения между отделом продаж и производством. Даже ТЗ составляются в полуавтоматическом режиме. Программа ведет учет финансовых потоков, автоматически начисляет зарплату. И самое ценное то, что руководитель может четко отслеживать точку безубыточности. То есть компания ни при каких обстоятельствах не уйдет в минус.

Особенный интерес вызывает блок под названием «База Знаний». В этом разделе собирается и раскладывает по полочкам вся необходимая для работы информация, инструкции, процессы, правила, схемы, приказы, и так далее. Этот блок позволяет в автоматическом режиме вводить в должность любого нового сотрудника компании. В целом, использование этой системы позволяет оцифровать, упростить и ускорить все текущие процессы производственного предприятия. Эффективность работы команды повышается в несколько раз. В работе коллектива становится гораздо меньше ненужных эмоций. Задумайтесь, насколько для вас это важно!

**И вот наступил момент рассказать о важном событии, которое произойдет в январе 2022 года.**

В Казани состоится специальный Практикум, под названием «Лидеры РПК 2022».

Организаторы мероприятия: «АИР СТИЛ», «RB CRM», при участии фирмы «ЗЕНОН».

Практикум пройдет **13,14,15 января** на территории Торгово-промышленной палаты Республики Татарстан.

Съедутся руководители рекламно-производственных предприятий из разных регионов, чтобы перенять опыт систематизации бизнеса. Всех интересует путь развития компании до финансового результата по обороту в 50 миллионов рублей в год. Событие не зря называется Практикумом. Все занятия будут практическими. Участникам рекомендуется взять с собой ноутбук и под руководством наставника разработать около 35 рабочих документов. Кроме этого, все присутствующие будут сразу подключены к профессиональной системе «RB CRM» на целый год. Участников ждет масса полезных лайфхаков и готовых решений для развития бизнеса.

Подумайте, как полезно это будет для вас и вашего предприятия!

### Почему Практикум в январе?

А когда же еще учиться? Все рекламщики знают, что в январе на рынке наступает затишье. Это самое удобное время для получения новых знаний и инструментов, которые пригодятся в течение года. Думается, что участники такого практикума получат значительные конкурентные преимущества на рынке своего города.

Развивайтесь, коллеги и пускай не умирает ваш бизнес!

Заявки на участие в практикуме оставляйте на сайте: [crm-reklama.ru](http://crm-reklama.ru)

# Мировой рекорд Mimaki UJV100 — более 100 инсталляций за год

Весной прошлого года в самый разгар глобального кризиса компания Mimaki выпустила уникальный рулонный УФ-принтер UJV100-160 шириной 1,6 метра, который благодаря беспрецедентно низкой цене, доступным оригинальным чернилам, высокому качеству печати и низким эксплуатационным расходам очень быстро стал настоящим мировым бестселлером.

Высокое признание эта модель завоевала и на российском рынке. Об этом говорит тот факт, что компания «Смарт-Т», официальный дистрибьютор Mimaki в России, спустя чуть больше года с момента старта продаж установила уже 114(!) принтеров этой модели в самых разных регионах нашей страны. Причем некоторые компании приобрели уже по два принтера UJV100, что наглядно подтверждает высокую экономическую эффективность этой модели. По объему продаж УФ-принтера UJV100 компания «Смарт-Т» сегодня вышла на первое место среди всех дистрибьюторов Mimaki в мире, что говорит о ее неоспоримом успехе в продвижении инновационных продуктов Mimaki в России.

УФ-технология сейчас является наиболее совершенным решением как с точки зрения экологической безопасности, так и своей функциональности. Поэтому стремление печатных производств к переходу от сольвентной печати к ультрафиолету прослеживалось уже давно. Однако такой переход тормозился высокой ценой на УФ-оборудование, и только с появлением доступного УФ-принтера Mimaki UJV100-160 стало возможным массовое оснащение полиграфических предприятий самым современным УФ-оборудованием.

УФ-принтер UJV100-160 стал логичным продолжением новаторских разработок

компании Mimaki для рекламного бизнеса и в очередной раз обеспечил подъем печатных технологий на принципиально новый уровень. Высокая надежность этой модели, способность бесперебойно работать в режиме 24/7, широчайший интеллектуальный функционал, производительность до 23 кв. м/час и безупречное качество отпечатков — вот только несколько преимуществ, которые сразу заинтересовали печатные компании с высокими профессиональными запросами.

Для многих пользователей УФ-принтер UJV100 стал не только средством высокотехнологичного производства, но и дал возможность при затратах, сопоставимых с

сольвентной печатью, использовать широчайший ассортимент материалов для получения продукции с высокой добавленной стоимостью. Причем следует особо отметить, что УФ-технология Mimaki позволила производителям экспериментировать и включать в производство те материалы, которые не могли использоваться при печати сольвентом. Речь, например, идет о металлизированных холстах, плотном синтетическом текстиле, листовом пластике, крафт-бумаге, термотрансферных пленках без покрытия, натуральной и искусственной коже. Такое богатое разнообразие носителей открывает бизнесу отличные перспективы развития и широкие возможности в вопросе



видео на Youtube



производства уникальной продукции по приемлемой для заказчика цене.

Для иллюстрации широкого (зачастую нестандартного) применения УФ-принтера Mimaki UJV100-160 на разных предприятиях нашей страны можно обратиться к нескольким интересным примерам.

«Автографика» (1) — крупнейшая студия автостайлинга из Казани, за 13 лет своей деятельности оклеившая более 12 000 единиц коммерческого транспорта. Длительное время на этом предприятии автомобильная графика печаталась на сольвентном принтере Mimaki JV150, возможности которого в некоторых случаях были ограничены. УФ-принтер UJV100 с белыми чернилами позволил студии печатать на цветных и прозрачных пленках и, благодаря большому числу дюз в головках (общее количество — 3360), получать плотные и насыщенные монохромные заливки, часто используемые в элементах автостайлинга. Кроме того, оригинальные УФ-чернила Mimaki обеспечили отпечаткам повышенную стойкость в непростых дорожных условиях, что гарантировало привлекательность оформления в течение длительного времени.

Московская типография Polyservice (2), стремящаяся выйти на новые рынки, благодаря принтеру UJV100 смогла успешно внедрить технологию печати на светорассеивающих и прозрачных пластиках толщи-



ной до 1 мм для производства световых коробов, разнообразных POS-материалов и уникальных этикеток с мелким шрифтом и четкой вывороткой. Также это предприятие расширило ассортимент своей продукции, дополнив его оригинальными наклейками из металлизированных пленок. Типография Polyservice — одна из тех компаний, которая в течение пяти месяцев установила на своем производстве два принтера UJV100, мощности которых используются на все сто процентов.

Фабрика «КРАСНАЯ ЛИНИЯ» (3), расположенная в поселке Томилино Московской области, уже 27 лет занимается производством торгового оборудования и за это время выполнила более 3000 проектов по

оформлению объектов торговли сегмента pop-food. Это предприятие полного цикла на УФ-принтере UJV100-160, используя самые разнообразные материалы, печатает рекламную графику высочайшего качества, чего требуют такие серьезные заказчики, как магазины ювелирных украшений, элитной косметики и парфюмерии, брендовой одежды и обуви, салоны оптики и бутики зон Duty Free.

Компания «АлтаПринт», оказывающая полиграфические услуги в Барнауле, приобрела УФ-принтер UJV100 для печати элементов интерьерного оформления — модульных картин, художественных репродукций, портретов на холсте. Также в задачи этого принтера входит оперативная пе-





чать авторских фотообоев, пользующихся высоким спросом в регионе. Вся продукция, изготовленная с применением УФ-чернил Mimaki, экологически безопасна и без всяких ограничений может использоваться в жилых помещениях, офисах, гостиницах, на закрытых выставочных площадках и даже в дошкольных учреждениях.

В Барнаул отправился и еще один принтер UJV100, который инженером сибирского представительства «Смарт-Т» был установлен в РПК «Типография Триада» (4). Это предприятие специализируется на изготовлении самой разнообразной полиграфической продукции для ресторанов, баров и кафе. УФ-принтер Mimaki UJV100 позволил «Типографии Триада» не только выполнять заказы на стандартную для этого сектора полиграфию, но и предлагать заведениям общественного питания эксклюзивную печатную продукцию, изготовленную с применением таких материалов, как кожа, тонкие тисненные пластики, текстиль и ПЭТ-пленка.

Интересное применение УФ-принтеру Mimaki UJV100 нашли на швейном производстве «СДФабрик» (5) в Ростове-на-Дону, которое занимается пошивом текстильных канцелярских товаров (папок, обложек для учебников и тетрадей, мягких пеналов) и школьных принадлежностей (рюкзаков, ранцев, сумок для обуви, фартуков для уроков творчества). УФ-принтер UJV100 используется для печати на плотных синтетических тканях и кожзаме разных цветов и фактур, из которых затем изготавливаются оригинальные, высококачественные и экологичные обложки любыми тиражами. Продукция фабрики хорошо известна



#5

российским школьникам, так как реализуется во многих гипермаркетах по всей стране.

Рекламно-производственная компания полного цикла «Рекламные Решения» из Кемерово во всем проявляет творческий подход. Она является не только крупнейшим в Кемеровской области игроком на рынке транспортной и наружной рекламы, но и изготовителем широкого спектра самой разнообразной продукции из брезента и виниловых материалов. УФ-принтер UJV100-160 в этой компании используют для производства боксерских груш, чехлов для кресел-мешков и пуфов, тентов лодок и автоприцепов, мягких элементов шатров и беседок, уличных зонтов, уникальных наклеек на сиденья общественного транспорта, ростовых фигур и многого другого.

В производстве обоев наиважнейшую роль играют качество воспроизведения рисунка и экологическая безопасность. Эти требования полностью удовлетворил УФ-принтер UJV100, установленный на московской фабрике дизайнерских обоев Respace (6). Принтер, благодаря своим интеллектуальным функциям, гарантирующим безупречное качество печати, позволил изготавливать необыкновенные обои с имитацией акварельной живописи, четкими геометрическими рисунками, плавными градиентами, насыщенными и пастельными орнаментами. Чернила Mimaki не содержат опасных органических соединений и не вносят в помещение посторонних запахов, поэтому обои Respace воспринимаются покупателями как прекрасное решение для оформления любого интерьера.



#6

Рекламное агентство «Почерк» (7) из Анапы на УФ-принтере UJV100 изготавливает помимо прочей продукции уникальные прозрачные визитки из листового полиэфира толщиной 0,5 мм. УФ-технология позволяет печатать легко читаемую текстовую информацию с высотой букв всего 2 пт и с исключительной четкостью воспроизводить логотипы небольших размеров с любыми цветовыми комбинациями. Белые чернила обеспечивают неизменную яркость отпечатков, а стойкость чернильного слоя к истиранию — долговечность этих важных носителей информации.

Еще одним владельцем двух принтеров UJV100 является московская РПК «Прайд Групп» (8), предоставляющая решения под ключ для компаний розничной торговли по всей России. Среди ее клиентов такие известные бренды, как Lush, Koton, Lacoste, Sokolov, Lady&Gentleman, Mascotte, Westland, TBOE, Ellis, Modis, U.S.Polo ASSN., Armani, Cross, Ralf Ringer, Collin's, Zolla, Twinset, ECCO, The Kooplees, BOSS,



#4



#7





реклама

www.smart-t.ru

Albione, Mezzatorre и др. В «Прайд Групп» принтер UJV100 используется для производства интерьерной рекламы, всевозможных POS-материалов, элементов оформления торговых пространств и промопродукции для рекламной поддержки деловых мероприятий.

И в заключении обзора — компания «Заряд» (9) из Набережных Челнов, являющаяся первым в России производителем профессиональных хоккейных клюшек. Это уникальное высокотехнологичное предприятие было основано четыре года назад легендарным российским хоккеистом Денисом Зариповым. УФ-принтер Mimaki UJV100 очень гармонично вписывается в производственный процесс, решая задачи по нанесению маркировки, логотипов и другой информации на клюшки как для целых команд, так и для отдельных игроков. Клюшки «Заряд» соответствуют самым высоким мировым стандартам и широко востребованы в том числе и клубами КХЛ.

Напомним, что УФ-принтер Mimaki UJV100 печатает чернилами LUS-210, стандартная палитра которых дополнена белыми чернилами. Для поддержания единообразной консистенции белых чернил и равномерности окраски белой маски в принтере функционирует эффективная система рециркуляции. Экологическая безопасность УФ-чернил LUS-210 подтверждается международным сертификатом GREENGUARD Gold, что дает возможность использовать печатную продукцию в помещениях со строгими требованиями в отно-

шении эмиссии опасных химических веществ.

Две высокоскоростные печатающие головки генерируют капли трех разных объемов и обеспечивают разрешение до 1200 dpi. Это позволяет печатать с высокой четкостью даже мелкие тексты и тончайшие линии, снижать до минимума видимость растра, а также воспроизводить градиентные переходы исключительной плавности.

УФ-принтер UJV100-160 оснащен всеми уникальными технологиями Mimaki, нацеленными на обеспечение безупречного качества печати и на минимальный контроль печатного процесса со стороны оператора. К этим революционным технологиям, в частности, относятся системы распознавания и замещения сбойных дюз (NCU/NRS), функция MAPS4 последнего поколения для предотвращения межпроходного полошения и функция WCT, контролирующая форму и траекторию выброса чернильных капель. УФ-принтер UJV100-160 — это первая модель с функцией DAS, позволяющей автоматически при смене материалов корректировать положение капель при двунаправленной печати и корректировать подачу материалов. Таким образом оператор освобождается от рутинных операций, которые часто сопровождаются ошибками, заметно влияющими на результат.

В комплект принтера входит система автоматической подмотки отпечатков, рассчитанная на рулоны массой до 45 кг, и

мощный многофункциональный РИП RasterLink6 Plus.

Для УФ-принтера UJV100-160 компанией Mimaki предусмотрена полная гарантия сроком на два года, которая распространяется, в том числе, и на печатающие головки независимо от выработки их ресурса. Никто из производителей УФ-оборудования больше не обеспечивает свою технику такой всеобъемлющей и выгодной для клиентов гарантийной поддержкой.

Компания Mimaki стремится добиваться наилучших характеристик своих продуктов, поэтому по итогам реальной эксплуатации предприняла ряд мер по модернизации УФ-принтера UJV100. В обновленной модели, которая поставляется с августа этого года, установлены печатающие головки новой версии с усовершенствованным управляющим алгоритмом, модифицирована прошивка и улучшены свойства чернил. Эти меры позволили дополнительно повысить стабильность и качество печати этого и так супервостребованного принтера.

Безусловно, модель UJV100-160 — наилучшее решение для производителей наружной и интерьерной рекламы. Убедиться в этом сможет любой желающий, посетив демозал официального дистрибьютора Mimaki в России, компании «Смарт-Т». Это одна из самых грандиозных демонстрационных площадок в Европе, на которой представлен весь спектр печатного и постпечатного оборудования, ориентированного на производства любых масштабов и бюджетов.

# Как оформить аптеку, приковывающую взгляды на центральной улице Лас-Вегаса

Рецепт прост и сложен одновременно. Так всегда происходит, когда необходимо придумать что-то особенное, а затем ИЗГОТОВИТЬ ЭТО.

CVS Pharmacy — флагманский магазин сети аптек, находящийся внутри казино Bally's. Его наружное оформление спроектировали в архитектурном бюро Jacobs, а реализовали проект на производственной базе компании Zahner в Канзас-Сити.

В городе, известном своей яркой неоновой и китчевой архитектурой, этот бульвар (Стрип) Лас-Вегаса стоит особняком, заметно отходя от местной архитектуры. И в этом ключе нестандартное оформление фасада аптеки CVS выглядит вполне органично.

Главная особенность данного оформления — зеркальные буквы, создающие анимационный эффект для проходящих мимо людей или проезжающих автомобилистов. Эта инновационная система вывесок — результат нескольких недель дизайнерских работ и нескольких месяцев проектирования и изготовления.



Что делает систему вывесок интригующей, так это ее хитроумная иллюзия, результат совместной работы дизайнеров.

Благодаря зеркальной поверхности букв они отражают улицу напротив. И если вы двигаетесь, глядя на фасад CVS, вы видите,







PHOTO © A. ZAHNER COMPANY

как меняется картинка внутри отполированного логотипа, создавая анимационный эффект.

Для реализации проекта архитекторы Jacobs пригласили специалистов Zahner, чей опыт работы с металлическими конструкциями составляет более 120 лет.

Используя сочетание светодиодной подсветки, выборочной полировки и алгоритмической перфорации, команда разработала уникальную концепцию и создала макет будущей вывески.

Макет был создан в Канзас-Сити и показан и изучен командой проекта. Макет



был необходим для того, чтобы выявить любые проблемы с производством, а также получить представление о том, как продвигаться вперед в процессе строительства.

После этого первого этапа проектирования и создания макета проект перешел в стадию изготовления, а затем и монтажа.

Всего по проекту изготовлено 182 узла и 304 панели из нержавеющей стали, соответствующие коэффициенту прочности 9000 SF. Все детали были изготовлены на заказ с нанесенным на заводе рисунком.

Все внешние видимые поверхности имеют матовое покрытие Glass Bead за исключением букв логотипа бренда, отполированных до зеркального блеска. Каждая из 182 деталей проекта слегка изогнута и поддерживается алюминиевой опорной стойкой, расположенной за пределами защитной стены.

Глядя на проект, можно заметить еще одну нереализованную здесь, но вполне пригодную для других проектов идею. Перфорация на стальных панелях необходима не только для их декорирования, но и



Производственный участок завода Zahner

для того, чтобы в окна за панелями проникал свет, а из помещений была видна улица. В вечернее время, когда в офисе горит свет, мы видим его проникновение через отверстия в буквах, которые становятся как бы световыми. Так вот, если делать эти отверстия разного размера, то и величина светового потока, проходящего сквозь них, будет разной. Таким образом можно создавать световой градиент.

Оформление фасада флагманского магазина сети аптек CVS Pharmacy — яркий (во всех смыслах) пример сочетания креатива и технологий, рождающий уникальные конструкции даже в высококонкурентной среде!

# ШОМ — это ШТО?

Если Вы считаете, что знания стоят дорого, попробуйте, сколько стоит невежество. Если Вы цените знания, то получить неоспоримые преимущества в качестве и разнообразии выпускаемой продукции, а также существенно сэкономить затраты на ремонт оборудования вам поможет Школа операторского мастерства (ШОМ).

Анна Игнатова из отдела рекламы и маркетинга «РуссКом» задала несколько вопросов экспертам школы.

*Когда, почему и зачем появилась ШОМ?*

**Юлия Владимировна Арешко, генеральный директор ГК РуссКом:** «РуссКом» является дистрибьютором компании Mimaki уже очень много лет. Сотрудничество началось в 2002 году. В следующем году мы будем праздновать 20-летний юбилей нашего партнерства. После начала продаж возникла необходимость создать сервисную службу, которая занималась бы пуско-наладочными работами плоттеров Mimaki, а также их техническим обслуживанием. Служба создавалась практически с самого начала и в течение первых 3-4 лет она стала довольно большой и разветвленной.

«РуссКом» имеет богатый опыт работы на рынке полиграфии. В полиграфии технолог — это профессия, которую люди получают в высших учебных и средних специальных заведениях. К сожалению, в сфере использования широкоформатной цифровой техники такой профессии пока не существует официально (неофициально называется «оператор»). И технологов, и операторов выращивают сами компании, рекламно-производственные комплексы.

Большая часть проблем связана с незнанием функционала плоттеров. Именно поэтому в 2006 году у нас впервые появился технический консультант. Сейчас мы называем эту профессию «технологом». У нас в компании хорошая традиция выращивания технологов. За несколько лет мы вырастили целую плеяду специалистов.

В 2005-2006 гг. впервые мы ввели в наш штат должность технического консультанта сервисной службы. Мы заметили, что довольно большой процент проблем наших клиентов, возникающих у них в процессе эксплуатации оборудования, являются проблемами не инженерного, а пользовательского характера.

После того как мы поняли, что существует такая проблематика, было принято решение обучать наших клиентов тому, как лучше пользоваться плоттерами. Вот тогда мы придумали идею курсов повышения квалификации «Школа операторского мастерства» (ШОМ). Задачи, которые она решает, связаны с повышением уровня знаний и квалификации специалистов, работающих на широкоформатных струйных принтерах Mimaki.







*В каких случаях Вы рекомендуете клиентам воспользоваться возможностью обучения/повышения квалификации в ШОМ?*

**Сергей Головченко, руководитель отдела продаж Mimaki:** «Стоит отметить, что большая часть заказчиков, которые нуждаются в этом продукте, подразделяется на 2 группы. К первой группе относятся клиенты, уже освоившие оборудование, но имеющие необходимость в дальнейшем изучении техники МИМАКИ и ее возможностей по разным причинам (вывод нового продукта, повышение уровня продукта, увеличение производительности в рамках парка оборудования, снижение стоимости владения, себестоимости). Ко второй группе — компании, в которых по разным причинам происходит смена кадров и/или увеличение штата работников, имеющих отношение к оборудованию МИМАКИ: операторы, старшие печатных участков, начальники производств, дизайнеры и другие.»

*Как действует ШОМ в настоящее время? Какие программы/темы в ней есть? Чему конкретно можно обучить операторов? Как Вы оцениваете в целом профессиональный уровень операторов ш/ф печати по России?*

**Вадим Сухарь, руководитель отдела РТО группы компаний «РуссКом»:** «В целом уровень подготовки операторов находится на среднем уровне. Много брака при печати, поломки оборудования связано именно с тем, что оператор не имеет представления, как правильно работать на оборудовании и не знает всего функционала. В ШОМ мы обучаем операторов с любым уровнем подготовки. У нас есть 3 курса: базовый, стандартный и продвинутый.



Базовый курс подразумевает обучение нового пользователя основным навыкам работы на оборудовании, обслуживания станка и работе в RIP-программе. Стандартный курс включает более углубленное изучение меню и функционала оборудования, RIP-программы, работы с цветами и профилями. Продвинутый курс предусматривает максимальное изучение функционала оборудования, RIP-программы, технологий печати и «фишек».

Операторы, прошедшие курс, получают самые необходимые навыки для эффективной работы на Mimaki: знание конструкции оборудования, пользовательские настройки и калибровки оборудования, работа с RIP-программой, ежедневное и периодическое обслуживание оборудования, печать белым цветом (эффекты, наращивание), выборочная печать глянцевым лаком, предварительная постобработка материалов, консультация по подготовке макетов и др.»

*Как уровень профессиональных знаний оператора влияет на эффективность использования и качество работы принтера/плоттера? Как это сказывается на затратах на обслуживании принтера/плоттера?*

**Сергей Костоваров, ведущий инженер отдела Mimaki:** «Подготовленный оператор способен выполнять поставленные задачи с высоким мастерством и качеством. Познав технологию и возможности оборудования, оператор способен предлагать и вносить новые штрихи в процесс создания изделия.

Подготовка операторов в Школе операторского мастерства даёт неоспоримые преимущества в качестве и разнообразии



выпускаемой продукции, а также существенно экономит затраты на ремонт оборудования в течение длительного периода его эксплуатации».

*Как ваши клиенты воспринимают ШОМ? Готовы ли они тратить свои средства на обучение и профессиональную подготовку операторов? Приведите пару примеров из практики?*



**Сергей Буянов, менеджер отдела Mimaki:** «Наши клиенты воспринимают ШОМ как хорошую возможность повысить уровень квалификации своих операторов. Качество и скорость печати будут ограничены только лишь возможностями самого оборудования. Владелец печатного бизнеса может больше не волноваться за состояние своего оборудования, потому что на нем будут работать люди, которые технически и теоретически знают свой станок «От и До».

Например, компания, занимающаяся изготовлением кухни, выбрала ШОМ для профессиональной подготовки операторов с целью увеличения качества и добавочной стоимости готовой продукции. Другой клиент обратился в ШОМ для об-

щего повышения квалификации операторов, их самостоятельности и надежности для производства».

*Какие вопросы чаще всего возникают у операторов печати при обучении в ШОМ? В каких вопросах они разбираются лучше, а какие вопросы традиционно знают плохо?*



**Сергей Дмитриев, технический консультант сервисного отдела Mimaki:** «В процессе эксплуатации принтеров Mimaki у наших клиентов возникает множество вопросов, и это естественно, так как задачи, реализуемые клиентами на производствах, часто разнообразные и креативные одновременно. Чаще всего клиентов интересует, как увеличить скорость выхода готового продукта и не потерять при этом качество, какой режим печати применить для разных материалов, как правильно использовать праймер, лак, белый цвет в УФ-печати, как выделиться среди конкурентов, какие фишки можно реализовать с помощью печати.

Как правило, операторы понимают суть заказа, но не всегда умеют правильно применить технологии и все возможности принтеров для реализации этой задачи. А разработанная нами программа ШОМ закрывает все эти вопросы. Школа Операторского Мастерства в своих курсах раскрывает для операторов применение различных спецэффектов и возможностей сольвентной, текстильной и УФ-печати на принтерах Mimaki».

*Какие технологические аспекты ш/ф печати в настоящее время вызывают наибольший интерес у клиентов? В каких тех-*

*нологиях они разбираются хорошо, в каких — слабее?*



**Артем Борзенков, ведущий технический консультант сервисного отдела Мимаки:** «Самой востребованной технологической стороной среди клиентов является создание некой структуры, идеальной системы управления оборудованием, которая решала бы все их задачи. Технологический отдел компании «РуссКом-Графикс», опираясь на многолетний опыт, знания, систематизировал их и реализовал в ШОМ.

И, в свою очередь, самой богатой на новшества и идущей вперед является UV-печать. Помимо её прогресса, у клиентов с опытом и без возникает много вопросов, как сделать продукцию уникальной, повысить маржинальность, сократить время на создание конечного продукта и при этом оставить качество на высоте, быть оригинальным и выделяться на рынке печати. К примеру, ранее в линейке серии 3042 печать гляцевым лаком была целой историей: каретка с порталом у-бара выливали лак, затем возвращалась назад для сушки. Сейчас же прогресс дошел до того, что эта процедура вместе с полноцветной печатью происходит одновременно, без траты лишнего времени. И конечно из плюсов — минимизация попадания пыли в лаковый слой.

На сегодняшний день верных знаний по технологической части очень мало. У некоторых заказчиков «вау»-эффект до сих пор ассоциируется с возможностью печати белым и рельефным лаком. Но нужно понимать, что это лишь верхушка пирамиды, и, если копнуть чуть глубже, открывается целый неизведанный мир с огромными возможностями, где главным является лишь симбиоз дизайнера и оператора в паре. Оборудование Mimaki —

это лишь инструмент с огромными потенциалом, со знаниями, полученными при прохождении курса. Обучение в ШОМ позволяет осуществить огромное количество производственных задач, свести брак к минимуму, добиться высокоточной цветопередачи и качества на высшем уровне, полностью автоматизировать процесс, создав свой стандарт».

*Что бы Вы пожелали читателям журнала «Наружка»?*

**Юлия Владимировна Арешко, генеральный директор ГК РуссКом:** «Вопросы профессионализма, профессионального роста и образования в рекламно-производственной отрасли являются очень непростыми. Обсуждение данных вопросов ведется на протяжении длительного времени в разных профессиональных кругах. Подобный вопрос стоял и на повестке дня в «Ассоциации ВизКом», в которую входит компания «РуссКом». Данный вопрос обсуждался в одной из панельных дискуссий на SIGNFORUM, проходившем во время выставки «Реклама», в которой я принимала участие наряду с экспертами отрасли из других компаний. И теперь тоже, пользуясь случаем, хочу обратиться к Вам, уважаемые руководители рекламно-производственных компаний. Если Вы считаете, что знания стоят дорого, попробуйте, сколько стоит невежество. Это не мои слова. Я сейчас процитировала одного из уважаемых мной авторитетных людей, со словами которого согласна на 100%. Поэтому очень Вам рекомендую, пользуйтесь теми наработками, которые уже существуют у компании с длительной историей, с теми компаниями, которые не просто двигают коробки, зарабатывают прибыль, но умеют ее реинвестировать, по сути дела, в отрасль. Наши специалисты существуют для того, чтобы Вы пользовались их услугами. Мы ждем Вас всегда к себе, мы готовы поделиться своими знаниями и считаем, что преумноженные знания принесут Вам намного больше пользы, чем их отсутствие».

Для того, чтобы начать обучение, достаточно оставить заявку на сайте [plotters.ru](http://plotters.ru). Сотрудник сервисной службы связывается с заказчиком и согласовывает программу, место и время обучения.



**МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ****Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

Продажа расходных материалов EFI VUTEK и EFI Wide Format, чернила для широкоформатных принтеров торговой марки Triangle, инновационные материалы для дизайна и рекламы компании 3M.

**АРТ-БЮРО**

+7 (8652) 37-05-85

www.art-buro26.ru

Самоклеющиеся пленки, листовые материалы, расходные материалы для печати, светотехника.

**Конфлекс, ТД**

+7 (495) 662-9640

Konflex.ru

Широкий спектр материалов для производства рекламы и широкоформатной печати по выгодным ценам: листовые и рулонные материалы, пленки, чернила, профили, химия, инструменты.

**РуссКом**

+7 (495) 785-5805

russcom.ru

Чернила Mimaki и InkTec, плёнки для ламинации, плёнки для термопереноса, заготовки и расходные материалы для сублимации, пластиковые карты.

**Смарт-Т**

+7 (495) 663-9111

www.smart-t.ru

Чернила и материалы для струйной печати.

**СВЕТОТЕХНИКА****MAKSILED | MAKSBRIGHT**

8 800 555 86 82

www.maksiled.ru | www.maksbright.ru

Высокоэффективные светодиодные модули, ленты, блоки питания, контроллеры, модульные системы, гибкий неон, оборудование для smart-освещения и архитектурной подсветки.

**СТМ**

+7 (495) 363-9339

www.elf-light.ru/

Производство и поставка светодиодной продукции, реализуемой под маркой ELF. Все для неона. NEON2!

**ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ****3Т GROUP**

+7 (499) 110-9333, +7 (800) 3334467

www.3-tg.ru

Оборудование для УФ-печати (УФ-принтеры всех типов: планшетные (от 90x60 см до 3.2x4 метра), гибридные (от 1.8 до 3.2 м), рулонные (до 5.2 метра) брендов: RICOH (Япония), UVIP — Wit-Color Digital (Китай), XENONS (Китай). Планшетные режущие плоттеры SUMMA NV (Бельгия).

**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

Широкоформатное оборудование и расходные материалы EFI VUTEK и EFI Wide Format, растровые процессоры EFI Fiery XF, широкоформатные принтеры Canon серии IPF, режущие плоттеры Esko Kongsberg серии XN, XP-auto и i-XE10 и ПО Esko. Клеевые плоттеры F SERVICE.

**Конфлекс, ТД**

+7 (495) 662-9640

Konflex.ru

Оборудование для широкоформатной печати и постпечатной обработки, фрезерное оборудование, режущие плоттеры.

**ОктоПринт Сервис**

+7 (499) 490 10 91

www.oktoprint.ru

www.zund-rus.ru

Раскройные комплексы Zund и клеевые системы Felix Gluer.

**РуссКом**

8 (495) 785-5805

www.russcom.ru

Широкоформатные и сувенирные принтеры Mimaki (сольвент и УФ), ламинаторы GMP, режущие плоттеры Graphtec, термопрессы, автоматический этикеточный комплекс, картпринтеры.

**Смарт-Т**

+7 (495) 663-9111

www.smart-t.ru

Широкоформатные струйные и режущие плоттеры Mimaki. Настольные планшетные УФ-принтеры Mimaki. Футболочные принтеры Polyprint. Термопрессы TitanJet и DIXEN. Широкоформатные ламинаторы MEFU.

**ТЕХНОГРАФИКА**

+7 (495) 225-5043

www.t-g.ru

Широкий ассортимент оборудования для печати, постпечатной обработки, производства вывесок и сувенирной продукции.

**Топ Принт Кат**

+7 (495) 968-09-65

http://topprintcut.ru/

Продажа и обслуживание оборудования для цифровой резки и печати из КНР: SINAJET, SINLOPON и YALIS.



# ПОСМОТРИ, КАК СТАНДАРТИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, ПОВЫШАЕТ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ



**BON/SENS**  
Управление рекламным производством

Bon Sens - программа автоматизации управления рекламным производством  
Официальный дистрибьютор "Bon Sens"  
на территории России:  
ООО "Ар энд Ди Коммуникейшнз"  
+7 (495) 234-7494  
maksutov@ridcom.ru  
www.bonsens.ru



ОС-МАТЕРИАЛЫ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, СТРУКТУРЫ, СОЗДАНИЕ  
КОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, СТРУКТУРЫ, СОЗДАНИЕ  
МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, МАТЕРИАЛЫ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, СТРУКТУРЫ, СОЗДАНИЕ

28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# РЕКЛАМА



«Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы»

**18-21 Октября 2021**

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»  
**Павильон №2**

ОС-МАТЕРИАЛЫ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, СТРУКТУРЫ, СОЗДАНИЕ  
КОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, СТРУКТУРЫ, СОЗДАНИЕ  
МАРКЕТИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, МАТЕРИАЛЫ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, СТРУКТУРЫ, СОЗДАНИЕ

Организатор



Реклама



При поддержке



Под патронатом



[www.reklama-expo.ru](http://www.reklama-expo.ru)