

# НАРУЖКА

издание для производителей рекламы

#140 июнь 2021 | технологии | тренды | практики | люди | компании

## ESG

**НОВЫЙ ТРЕНД**  
РЕКЛАМНОЙ ОТРАСЛИ

ACROLAB



# 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.



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!

## СДЕЛАНО В РОССИИ



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

Две главные темы доминируют в текущем номере журнала. Это прошедшая в конце апреля и до сих пор открытая для посещения онлайн-выставка РЕК-ТЭК 2021 (**rektech.online**) и начало производства жидкого акрила в России под маркой АкрилОН.

Если кто-то по каким-то причинам не смог посетить выставку в дни её прохождения, он может прочитать соответствующие материалы номера, рассказы-важущие об её участниках и демонстрируемой продукции, после чего всё же заглянуть по указанному выше адресу и разглядеть подробности. Онлай он тем и хорош, что, как говорится, можно в любое время в любом месте на любом устройстве.

Вторая тема, отраженная на обложке журнала, несомненно, является событием на российском рекламном рынке. Не многие материалы для производства рекламы производятся в России.

Однако не буду отнимать у вас лишнее время, лучше скорее начните листать журнал!

Хорошего всем лета и приятных предстоящих отпусков!

## РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

- АкрилОН — жидкий акрил для объемных букв — 1, 20
- «ПРИЗМИКС» — широкоформатные УФ-принтеры EFI — 7
- 3A Composites — материалы для брендинга в местах продаж — 9
- OOHReklama.ru — маркетплейс рекламных услуг — 14
- «Смарт-Т» — принтеры Mimaki — 15
- Диамонд Лед — оборудование для производства объемных букв — 16
- «РуссКом-Графикс» — принтеры Mimaki — 17
- ELF — светотехника — 22
- HP Inc. — принтеры HP Latex и HP Stitch — 24
- Roland DG — принтеры и каттеры — 28
- Bon Sens — ERP-система для рекламного производства — 32
- АРТ-БЮРО — вывески для сетевых клиентов по субподряду — 34
- РЕКЛАМА-2021 — рекламная выставка — 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**  
Электронный архив журнала  
**наружка.рф**  
Подписка на журнал  
Цены на рекламу в журнале  
**www.signbusiness.ru**  
Отраслевой портал о визуальной рекламе  
Instagram  @signbusiness



мы на facebook



бесплатная  
подписка



отраслевой  
портал



Как отходы превратить в доходы или первый российский жидкий акрил

Илья Беспалов, руководитель РПК Графит и основатель ACROLAB, компании, занимающейся переработкой отходов из пластика, рассказывает о том, как проблема утилизации отходов из пластика на рекламном производстве переросла в бизнес по производству жидкого акрила.



10



12



17



22



28



30

#### События

- 6 Новости
- 10 Лучшие вывески
- 12 РЕКТЭК 2021. Участники

#### Продукты и решения

- 17 Главные хиты MIMAKI
- 20 Жидкий акрил АкрилОН
- 22 Светодиодные модули ELF SOL+

#### Развитие бизнеса

- 24 Перспективы цифровой печати
- 28 Как заработать на печати

#### Персоны и компании

- 30 Андрей Донсков, ПЕГАС

#### Где купить

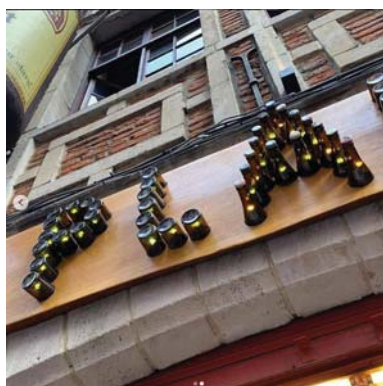
- 35 Список компаний

## Ищите идеи для вывесок?

Подпишитесь на Instagram @signbusiness

и следите за публикациями по хэштегу

**#идеидлявывесок**



@signbusiness

## В компании «Русском» прошел День открытых дверей

Тема мероприятия: «Новые правила игры в текстильной печати и раскрое»



Центральным событием «Дня открытых дверей» стала презентация новых текстильных принтеров Mimaki TS100-1600 и TS55-1800. Их характеристики и стоимость позволяют говорить о том, что на рынке текстильной печати действительно наступают новые правила игры.

Компания Mimaki расширила свою линейку текстильных принтеров, позволив войти на рынок небольшим компаниям, которые только начинают бизнес печати по текстилю. Модель TS-100-1600 подойдет для тех, кто делает первые шаги в индустрии или планирует расширить портфель печатных услуг. Mimaki TS55-1800 удовлетворяет потребности развивающегося бизнеса со стабильным объемом заказов.

Пандемия внесла коррективы в ценовую политику компании Mimaki, благодаря чему демонстрируемые модели представлены на рынке по очень доступной цене. То же можно сказать и относительно чернил для принтеров Mimaki. Их стоимость сопоставима со стоимостью альтернативных чернил при стопроцентной совместимости.

Несколько слов о характеристиках текстильных принтеров Mimaki. Модель TS100-1600 имеет ширину рабочего поля 1610 мм. В ней установлены две головки в шахмат-

ном порядке, благодаря чему удалось достичь максимальной скорости печати 70 кв.м в час. Данная младшая модель печатает в традиционной цветовой схеме CMYK.

В итоге мы получаем высокоскоростной принтер с низкой себестоимостью печати. Принтеры прошлого поколения с аналогичной скоростью печати стоили в два раза дороже.

Принтер Mimaki TS 55-1800, модель более высокого уровня, имеет максимальную ширину печати 1940 мм. В принтере установлены уже 4 печатающие головки — по две в двух блоках, расположенных в шахматном порядке, что позволяет разогнать принтер до 135 кв.м в час.

Традиционно при более высокой скорости печати страдает качество, при высоком качестве страдает производительность. Данный принтер разрушает этот стереотип — он позволяет с высокой скоростью делать отпечатки высокого качества, что и было продемонстрировано на презентации.

Принтер комплектуется двухлитровыми вакуумными пакетами с чернилами, а в качестве опции можно использовать десятилитровые пакеты с чернилами, что делает печать еще более выгодной. Принтер способен печатать восемью красками.

Принтер Mimaki TS 55-1800 позволяет автоматизировать печатное производство благодаря встроенным функциям. NCU и NRS проверяют дюзы на предмет засорения и при необходимости восстанавливают их, что позволяет осуществлять непрерывную печать.

На обоих принтерах установлены датчики замятия материалов. Также встроена функция автоматической очистки вайп-ролов. В принтерах нового поколения обновлена функция MAPS4, которая разглаживает погрешности между проходами печатающей головки, что исключает полошение.

В новых машинах установлен новый RasterLink7/TxLink4. Программа стала еще быстрее обрабатывать файлы, в т.ч. pdf. Одновременно можно загружать до 30 макетов для печати. Также новая версия программы позволяет персонализировать печатные шаблоны.

На принтерах можно запечатывать спортивную одежду, флаги, декорировать мебель и т.д. — печать наносится на любую ткань, в составе которой содержится не менее 60% полиэстера. Получаемые в итоге отпечатки безопасны для прикосновения с телом человека.

Для комплектации бизнеса по производству изделий и полуфабрикатов из текстиля потребуется в числе прочего оборудование для раскроя. Михаил Нестеренко, руководитель компании «Интермикрo», представил однослойный режущий комплекс IESHO TK4S, который прекрасно справляется с раскроем текстиля.

Юлия Арешко, руководитель Группы компаний «Русском», анонсировала специальные условия первым пятнадцати покупателям нового оборудования для печати по текстилю. Также на специальных условиях эти машины можно приобрести в лизинг, о чем на презентации сообщил представитель «Национальной Лизинговой Компании».

## Новый латексный принтер HP Latex 800W представлен в демозале ГК «Автоним»

Это флагманская модель данной серии латексных широкоформатных принтеров

Группа Компаний «Автоним» установила в демозале новейший латексный принтер HP Latex 800W.

Выполнение уникальных заказов в сжатые сроки и печать идеальным белым — главные изюминки новых широкоформатных

матных принтеров HP Latex 700 и 800, которые помогут приятно удивлять клиентов цифровых типографий.

ГК «Автоним» приглашает всех желающих посетить демозал, чтобы продемонстрировать работу печатного оборудования вживую. Специалисты «Автоним» расскажут не только о новых принтерах, но и обо всем оборудовании, которое предлагает компания.

В демозале можно будет сделать тестовые отпечатки собственных макетов на необходимом материале.

Для демонстрации необходимо заранее отправить запрос продакт-менеджеру компании Денису Выгодину по электронной почте [denis@avtonim.ru](mailto:denis@avtonim.ru) или позвонить по телефону 8 495-380-00-06 доб.119





### ПЛАНШЕТНЫЙ УФ-ПРИНТЕР EFI PRO 30f

для промышленного производства рекламы и posm

**ЛУЧШИЙ ПО СООТНОШЕНИЮ „ЦЕНА - КАЧЕСТВО - ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ“**

- 4 красочная конфигурация + 2 белых / или лак
- Формат печати 3050 x 2050 мм
- Скорость печати до 198 м2/час
- LED отверждение без нагрева материала
- 6 независимых вакуумных зон
- Режим печати GrayScale 4 или 8 level с объемом капли от 7 до 35 пл
- Технология EFI Multilayer для печати до 3 слоев с белым цветом

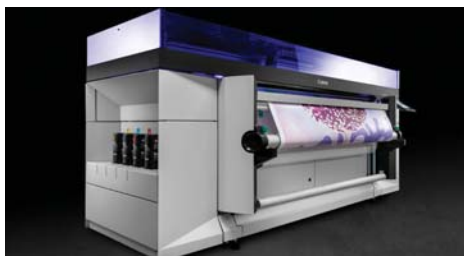
Все самые передовые технологии от EFI (Electronics For Imaging, США) в одном УФ-принтере!

**+7 495 956 1115**  
[www.prizmix.ru](http://www.prizmix.ru)



## Canon запускает новый Colorado 1630

Canon объявляет о запуске новой модели Colorado 1630, которая предоставит клиентам доступ ко всем преимуществам технологии UVgel при меньших затратах.



Базовая модель Colorado 1630, разработанная для обеспечения долговечности, надежности и стабильности, является разумным выбором для инвестиций.

Colorado 1630, разработанный для производителей вывесок и поставщиков услуг печати, обеспечивает превосходное качество печати с разрешением 1800 точек на дюйм и долговечные, без запаха и мгновенно высыхающие отпечатки практически на любых носителях для решения неограниченных задач. В самом быстром режиме печати для таких приложений, как наружные баннеры и рекламные щиты, Colorado 1630 может достигать максимальной скорости печати 111 м<sup>2</sup> / час. Даже в режиме высокого качества аппарат развивает крейсерскую скорость 29 м<sup>2</sup> / час.

Чрезвычайно надежная и простая в использовании эта рабочая лошадка рассчитана на максимальное время безотказной работы и быстрый ремонт. Операционные расходы также сводятся к минимуму благодаря эффективности принтера в сочетании с сокращением отходов и сниженным на 40% расходом чернил по сравнению с другими технологиями, поэтому клиенты могут максимизировать свою прибыль и, в свою очередь, расширить свой бизнес.

Приложение Canon Remote Control позволит пользователям удаленно проверять состояние принтера, что помогает использовать это устройство без присмотра 24/7. Приложение отправляет оповещения на мобильные устройства пользователей.

## Новый Kongsberg C20 — самый маленький высокоскоростной плоттер на рынке

Компания Kongsberg PCS объявила о расширении своей линейки цифровых машин для финишной обработки серии С, представив новый компактный C20 — самый маленький высокоскоростной плоттер на рынке.



Новый Kongsberg C20 сочетает в себе все профессиональные функции лидирующей на рынке серии С Kongsberg. При компактных размерах всего 1,6 м x 1,4 м, плоттеры серии С являются самыми производительными из доступных столов для резки. Хотя C20 является самым маленьким в линейке Kongsberg C Series, он сохраняет все те же профессиональные функции и характеристики, что и его более крупные аналоги.

«Мы знаем, что промышленным производителям, а также изготовителям небольших вывесок требуется высокоскоростной режущий стол, чтобы идти в ногу с производственным процессом, но занимаемая площадь имеет большое значение», — сказал Стюарт Фокс, президент Kongsberg Precision Cutting Systems. «Высокая стоимость владения или аренды площадей — серьезная проблема для многих на рынке вывесок и дисплеев. С новым Kongsberg C20 компаниям больше не нужно идти на компромисс в отношении производства и качества из-за нехватки свободного места».

Ультрасовременная и надежная инженерия гарантирует, что серия Kongsberg C обеспечивает высочайший уровень производительности. В столе для резки используются аэрокосмические технологии, сочетающие в себе столешницу из алюминиевого композитного материала, систему ременного привода и динамическое отображение стола, которые вместе обеспечивают высочайшую точность и стабильность резки. Во время производства доступны различные комбинации инструментов, а система инструментов включает датчик толщины материала и дополнительную камеру для регистрации печатных и непечатных материалов.

«Как и весь ассортимент нашей серии С, высокопроизводительный инструмент Kongsberg был специально разработан для дальнейшего повышения производительности и качества для пользователей», — добавил Стюарт. — Достижение оптимальной производительности при значительно меньшей занимаемой площади — это настоящий поворотный момент для рынка вывесок и дисплеев».



## AVERY DENNISON ставит амбициозную цель достичь нулевых выбросов углерода к 2050 году

Производитель самоклеящихся пленок также сосредоточится на будущем без вырубке лесов в рамках целей устойчивого развития на период до 2030 года.

4 мая 2021 г. компания Avery Dennison объявила о своем стремлении к нулевому уровню выбросов парниковых газов к 2050 году. Это обязательство связано с тем, что компания поднимает планку своих целей в области устойчивого развития с новыми целями на 2030 год.

В рамках этих новых целей бизнес этикеток и графических материалов (LGM) обязуется использовать в 100% своих основных категориях пленок и бумаги переработанные или возобновляемые материалы.

Конкретные цели на период до 2030 года подпадают под три общие цели в области устойчивого развития:

- внедрять инновации, способствующие развитию экономики замкнутого цикла;
- снижать воздействия на окружающую среду при работе и цепочке поставок; а также
- оказывать положительное социальное воздействие, улучшая условия жизни людей и сообществ.

Кроме того, в планы компании до 2030 года входит закупка бумаги исключительно из ответственно управляемых лесов, чтобы обеспечить будущее без вырубки лесов.

«Выполнение наших амбиций на период до 2030 года станет величайшим испытанием нашей способности к инновациям, а также бесценной возможностью позиционировать наш бизнес для устойчивого успеха, — сказал Рене Кезар, старший директор по глобальной устойчивости, этикеткам и графическим материалам, Avery Dennison. — Мы гордимся тем, что превыполнили нашу цель к 2025 году по сокращению абсолютных выбросов парниковых газов, и мы добиваемся устойчивого прогресса в выполнении других наших обязательств в области устойчивого развития».

Общая цель компании — добиться нулевых выбросов к 2050 году и обеспечить будущее регенерации. Цели на период до 2030 года также включают задачи по гендерному разнообразию, вовлеченности и вовлеченности сотрудников, безопасности и многому другому.

МАГАЗИН ВНОВЬ ОТКРЫВАЕТСЯ С МОДНЫМИ ЦВЕТАМИ И УНИКАЛЬНЫМ ДИЗАЙНОМ!



## DIBOND<sup>®</sup>metallics

ГЛЯНЦЕВЫЕ МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ ПОВЕРХНОСТИ ДЛЯ УНИКАЛЬНОГО ДИЗАЙНА ПРОСТРАНСТВА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ.



ГЛЯНЦЕВЫЙ АНТРАЦИТ

ГЛЯНЦЕВЫЙ БЕЛО-СЕРЕБРИСТЫЙ

ЖЕЛТЫЙ ГЛЯНЦЕВЫЙ

КРАСНЫЙ ГЛЯНЦЕВЫЙ

Демонстрация продукта или бренда с максимальной выгодой в магазине или розничной торговле требует уникальных материалов. Новая серия алюминиевых композитных панелей DIBOND<sup>®</sup>metallics предлагает дизайнерам и сервисным компаниям свежие возможности для творчества и креатива. Эксклюзивный переливающийся эффект, характерный для высококачественных глянцевых поверхностей в гамме из четырех оттенков: сияющего желтого, сверкающего красного, изысканного антрацита и гламурного бело-серебристого.

Доступны новые поверхности.

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



YOUR VISION.  
OUR BRANDS.  
ENDLESS POSSIBILITIES.

# Лучшие вывески по версии конкурса «Знак-2021»

Подведены итоги 16-го конкурса визуальной рекламы «Знак». В этом году все было необычно — онлайн были представлены не только сами работы, в этом же формате проходило заседание Большого жюри, а также церемония объявления призёров. И несмотря на существующие ограничения и сложную экономическую ситуацию, рекламщикам ничего не помешало вновь удивить коллег и членов жюри инновационными и креативными проектами.

В этом году из-за сокращения ряда номинаций в связи с экономической ситуацией в стране было подано меньше работ, чем в предыдущие годы — 85 от 33 участников. Однако, приятно отметить, что в этом году были представлены проекты как постоянными участниками «Знака», так и новыми компаниями из разных городов России.

28 апреля на SIGNForum-online, проходившем в рамках онлайн-выставки рекламных технологий РЕКТАЭК 2021, состоялось объявление главных призеров. Гран-при конкурса получил краснодарский проект «Волшебные волны, ТЦ Большой» компании «Мастер 24» (Ростов-на-Дону).

Фаворитом конкурса по числу наград остаётся казанская компания «Неон-арт» — два проекта компании завоевали награды высшей пробы, а третья удостоена второго места. По две награды, одна из которых высшей пробы, у «Ником реклама» (Нижний Тагил), «Графическое предприятие № 5» (Ставрополь) и «Фасад и Интерьер» (Мурманск). В рядах победителей Знака-2021 также OCITY GROUP (Екатеринбург), РА ОМІ (Москва), «КомпАС» (Пенза), «Мастер24» (Ростов-на-Дону), «Мастер городской рекламы» (Москва). Поздравляем также «Первый Рекламный» (Хабаровск), РГ «Продвижение» (Барнаул), ActiveDesign (Москва), SignMaker (Самара), «Да Реклама» (Владивосток), «Сити-АУТДОР» (Киров), «Арт-Мастер» (Пенза), «Стрит Медиа» (Томск), Пластика (Воро-

неж), ПГ «ОПОРА» (Екатеринбург), «Солнечный круг» (Уфа), Intelligence (Москва), «Моторр» (Хабаровск), чьи работы также были высоко оценены Большим жюри.

В состав жюри вошли: руководитель центра розничного маркетинга Платёжной системы «Мир» Константин Анфимов-Готонелия, менеджер по наружной рекламе ММО Бургер Кинг Сергей Астафьев, начальник отдела медиапланирования Департамента маркетинговых коммуникаций в Дирекции по маркетингу ПАО «Магнит» Юлия Бессараб, главный редактор издательства «Ар энд Ди Коммуникейшнз», исполнительный директор Ассоциации ВИЗКОМ Олег Вахитов, директор по рекламе Mr.Doors Сергей Ковалев, руководитель отдела по маркетингу и корпоративным коммуникациям (макро-регион Москва) Почты России Надежда Кознева, директор департамента марке-

тинга и PR ООО «ПРАЙМСТАР РЕСТОРАНТС ГРУПП» Мария Лошкова, руководитель проекта Retail.ru Наталья Марова, член Ассоциации ВИЗКОМ, руководитель РА DVG-Media и специалист по согласованию рекламных конструкций Анна Павлюченко, директор по маркетингу и рекламе ТК «Савеловский» Дмитрий Шевцов.

Организатором конкурса традиционно выступил журнал «Наружка». Информационную поддержку мероприятию оказали Retail.ru, Advertology.Ru, Outdoor Media и Signbusiness.ru.

Итоги конкурса «Знак», а также работы всех его участников размещены в соответствующем разделе отраслевого портала Signbusiness.ru. В следующих номерах вашего журнала мы будем подробнее знакомить вас с призерами конкурса с подробным описанием работ.



Гран-при конкурса — «Волшебные волны, ТЦ Большой» от компании «Мастер 24» (Ростов-на-Дону)

# Работы, занявшие первые места в номинациях конкурса визуальной рекламы «Знак-2021»



**Оформление торгово-развлекательных заведений**  
*Мастер24, Ростов-на-Дону*



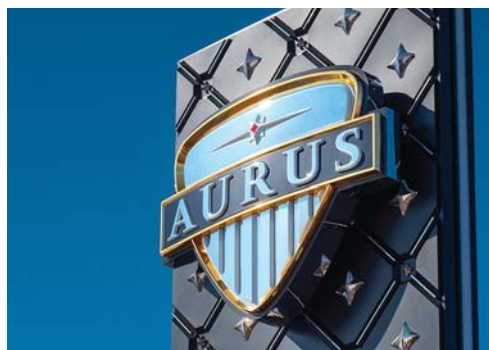
**Оформление магазинов розничной торговли**  
*Ником реклама, Нижний Тагил*



**Оформление предприятий общественного питания**  
*OCITY GROUP, Екатеринбург*



**Оформление предприятий сферы услуг**  
*Графическое предприятие № 5, Ставрополь*



**Корпоративные вывески и оформление**  
*Неон-Арт, Казань*



**Праздничное городское оформление**  
*Мастер городской рекламы, Москва*



**Нетрадиционные средства и медиа в ООН**  
*Рекламное агентство ОМИ, Москва*



**Стелы и крышные установки**  
*Фасад и Интерьер, Мурманск*



**Навигация**  
*Неон-Арт, Казань*



**Оформление АЗС**  
*КомпАС, Пенза*

# РЕКТЭК 2021: участники и экспонаты

В конце апреля прошла первая в России онлайн-выставка рекламных технологий РЕКТЭК 2021. Мероприятие стало частью мирового тренда на расширение деловых коммуникаций в онлайн.

С одной стороны, пандемия и закрытые границы заставили организаторов выставок во всем мире перейти в онлайн, чтобы сохранить связи и дать возможность мировым производителям оборудования и материалов для рекламы хотя бы виртуально представить деловому сообществу свои новинки. С другой стороны, как показал опыт, онлайн-выставки не стали альтернативой классическим выставкам (действительно, ничто не заменит живого общения и той атмосферы, которая царит на выставках), зато открыли новые возможности для безграничных коммуникаций внутри специализированных сообществ. За прошедший год прошли онлайн-выставки FESPA, ISA SIGN EXPO, VISCOM, некоторые выставки в Китае. По прошествии мероприятий организаторы начали проводить всевозможные семинары, презентации и мастер-классы онлайн, приглашая на них зарегистрированных на выставку посетителей.

Уловив новый или, если удобно, вынужденный тренд, IT-разработчики стали предлагать специализированные платформы для проведения подобных мероприятий. Организаторы выставки РЕКТЭК не стали изобретать велосипед и воспользовались одним из таких решений — платформой Events Wallet, обладающей необходимым функционалом для того, чтобы онлайн-коммуникации между посетителями и участниками выставки были похожи на коммуникации на классической офлайн-выставке.

## Участники онлайн-выставки РЕКТЭК 2021

Прежде всего необходимо отметить, что выставка РЕКТЭК 2021 по-прежнему открыта для посещения по адресу <https://rektech.online>, хотя и работает с ограниченным функционалом. Тем не менее, там можно получить подробную информацию об описанных ниже продуктах, скачать презентационные брошюры и прайс-листы, связаться с сотрудниками стендов.

Итак, что было представлено на выставке РЕКТЭК 2021? Доминирующий сегмент выставки занимали наиболее активные представители отрасли — поставщики материалов и оборудования для рекламы. Кроме них также можно было заглянуть на виртуальные стенды Ассоциации ВИЗКОМ, маркетплейса OOHREKLAMA.RU, программы Bon Sens, выставки «РЕКЛАМА», журнала «НАРУЖКА».

Некоторые из участников специально к онлайн-выставке подготовили презентации новых продуктов. Например, на стенде компании **HP** состоялась премьера новых латексных принтеров HP Latex 700W и 800W. Теперь латексные принтеры могут печатать белым цветом, что делает область их применения практически неограниченной. Новые принтеры стали более производительными (яркая высококачественная печать со скоростью до 36 кв.м/час) и эко-



номичными. Распечатки HP Latex не представляют опасности для экологии, подлежат возврату и безопасной утилизации. Узнать подробности о новых латексных принтерах 700W и 800W можно на платформе выставки или на сайте [www.hp-latex.ru](http://www.hp-latex.ru).

Японский производитель надежных устройств для цифровой печати, резки и гравирования, компания **Roland DG**, представила широкую линейку оборудования для рекламного (и не только) производства: от самого компактного и доступного экосольвентного принтера/каттера Roland BN-20 до планшетного УФ-принтера Roland IU-1000F с размером рабочего

поля 2,5 x 1,3 метра и возможностью печати белым цветом и лаком. На выставке также была представлена новая модель рулонного УФ-принтера/каттера Roland LEC2-640 с шириной рабочего поля 1,6 м и возможностью печати белой краской и лаком. Искатели оборудования для печати по текстилю могут ознакомиться с сублимационным принтером Roland ZT-1900, развивающим скорость печати до 220 кв.м/час, с шириной печати до 1,9 метра. С таким принтером производство спортивной одежды, штор или других текстильных изделий доступно на совершенно новом уровне. Подробности на стенде Roland DG или на сайте [www.rolanddg.ru](http://www.rolanddg.ru).

**Группа Компаний «РуссКом»**, еще один участник выставки, сотрудничает с крупнейшими мировыми брендами: Mimaki (принтеры, Япония), GMP (ламинаторы, Ю.Корея), Graphtec (режущие плоттеры, Япония). С ассортиментом ламинаторов GMP и популярных режущих плоттеров Graphtec также можно ознакомиться на стенде «РуссКом» или на сайте: <https://russcom.ru/>. О печатном оборудовании Mimaki, которое было представлено на выставке, можно подробнее прочитать в одной из следующих статей данного выпуска журнала.

Компания **TOOLZ UZLEX** из Латвии представила широкий ассортимент доступных инструментов для сайнмейкеров. В ассортименте компании более 300 различных инструментов, среди которых каждый профессионал может найти себе всё необходимое: ракели, скребки, сниматели, линейки, валики и различные вспомогательные инструменты для организации рабочих процессов и рабочего пространства. Чтобы связаться с производителем инструментов, ознакомиться с подробным ассортиментом и следить за новинками, достаточно подписаться на их инстаграм-



аккаунт [@tools.uzlex.ru](https://tools.uzlex.ru).

Компания **«Призмикс»** является поставщиком профессиональных решений в области широкоформатной печати и финишной обработки тиражей для рынков рекламы и упаковки. В ассортименте компании — оборудование и материалы ведущих мировых производителей, предлагающих лучшее качество и самые современные технологии: широкоформатные УФ-принтеры EFI VUTEk (США), режущие плоттеры Kongsberg (Бельгия), клеевые плоттеры F-Service (Италия), альтернативные чернила Triangle для широкоформатных принтеров всех типов (сольвентные, экосольвентные, УФ) от компании INX/Sakata (США/Япония), материалы для печати, самоклеящиеся пленки и обои Neschen (Германия). С подробным ассортиментом «Призмикс» можно ознакомиться на платформе выставки РЕКТЭК или на сайте [www.prizmix.ru](http://www.prizmix.ru).

Широкий ассортимент материалов и оборудования для производства рекламы и широкоформатной печати представил **Торговый Дом «Конфлекс»**. 15 торговых марок, 12 представительств по России, более 7000 кв.м складских помещений — таковы возможности компании для удовлетворения потребностей рекламного рынка. Баннерные ткани, текстиль, бумага, самоклеящиеся пленки, чернила, системы для сборки световых коробов, мобильные стенды, композитные материалы, акриловое стекло — вот неполный перечень продукции, которую ТД «Конфлекс» предлагает для рекламного рынка (<https://konflex.ru>).

Компания **«Неотек»** на выставке РЕКТЭК 2021 представила фрезерно-гравировальные станки Volter чешского производства. Станки с ЧПУ представлены в различных сериях — от компактной серии S до универсальной серии L, конфигурируемой под разные задачи и разные размеры рабочих столов — от 1,610 x 1,610 мм до 8,200 x 2,150 мм. Для раскроя более легких материалов «Неотек» представила планшетные режущие плоттеры TPS серии X и S, которые ориентированы на цифровую резку различных материалов различными типами ножей, в т.ч. биговку, маркировку, фрезерную обработку. Режущие плоттеры

TPS — отличное решение как для производства серийной продукции, так и для изготовления штучных изделий и образцов. Подробнее о представленном на выставке оборудовании можно ознакомиться на сайтах [volter.com](http://volter.com) и [www.tps-ru.com](http://www.tps-ru.com).

Светотехника для рекламных производств на выставке представлена брендом **ELF**. Кроме хитов, светодиодных модулей серии ELF SOL+, SOL+DOT, VIVO2019 и VIVO+PRO, продемонстрирована новинка — узкие блоки питания серии ELF BeLong с компактными габаритными размерами 15 x 18 мм. Такие минимальные габариты позволяют применять данный вид блоков в ограниченных пространствах, где необходимо спрятать сам блок питания так, чтобы его не было заметно. Также представлена новая серия герметичных блоков питания ELF HQ с коэффициентом мощности PFC>0.9 и увеличенным сроком гарантии — 6 лет! ([www.elf-light.ru](http://www.elf-light.ru))

Завод-производитель управляющей электроники **Runline** из Казани представил широкий ассортимент устройств, которые позволяют делать световые вывески более привлекательными, экономичными, умными. В ассортименте производимой продукции: реле времени и напряжения; smart-контроллеры; фотореле; сенсорные диммеры; программируемые и непрограммируемые контроллеры; электроника для стел АЗС; табло отсчёта обратного времени (<https://runline.ru/>).

Более подробно о светотехнике ELF и управляющей электронике Runline представители компаний рассказали на прошедшем в рамках выставки SIGNForum-online. Наведите камеру смартфона на qr-code ниже, чтобы посмотреть видео выступления.



Некоторые из участников онлайн-выставки РЕКТЭК 2021 также выступили на SIGNForum-online, презентовав свою продукцию широкой аудитории онлайн. Подробнее об этом читайте далее.

## Маркетплейс поможет увеличить продажи

В России запустили первый маркетплейс для рекламно-производственного бизнеса oohreklama.ru.

Олег Коцарь, руководитель проекта, рассказал о том, как можно увеличить продажи своих услуг, идя в ногу со временем.

«У нас много вызовов и один из них — рост интернет-продаж в России. Возможен ли рост продаж в два-три раза и на нашем рынке? Или это только удел ритейла? Наш опыт подсказывает, что и на нашем рынке это можно успешно реализовать.

Что происходит на рынке сейчас?

- Сокращение бюджетов.
- Поиск оригинальных решений.
- Разнообразии запросов.
- Постоянный цейтнот.

С сокращением бюджетов всё понятно. Поиск оригинальных решений вытекает из первого пункта. Если идет экономия на бюджете, то эффективность можно увеличить лишь за счет креатива.

Большие стабильные заказы мало кто дает. Самые частые запросы происходят по множеству разнообразных и не очень крупных изделий, на которые приходится тратить много энергии, времени и сил с минимальной доходностью.

Постоянный цейтнот — еще одна головная боль рекламно-производственных компаний. Даже крупные клиенты прихо-

дят с заказами, которые просят изготовить в сжатые сроки.

Как же справиться с этими проблемами? Решением может стать специализированный маркетплейс oohreklama.ru.

В качестве успешной бизнес-модели продаж можно привести пример с торговым центром, где на одном этаже могут быть размещены конкуренты, торгующие одинаковым видом продукции. Это очень удобно для покупателя. Для успешных продаж в нашем бизнесе подход должен быть похожим. На маркетплейсе в одном месте мы собираем игроков, которые занимаются один и тем же. Специализированные маркетплейсы упрощают выбор и экономят время заказчиков.

На сегодняшний день на oohreklama.ru представлено более 600 компаний. Помимо материалов, оборудования, готовых изделий, здесь есть и услуги.

Не секрет, что зачастую клиент ищет подрядчика, ориентируясь исключительно на цену. То же происходит и на маркетплейсе.

Но как сделать так, чтобы при этом и производитель смог получить прибыль, выполнив заказ, и сам клиент не напоролся на компанию-производителя, которая возьмет заказ низкой ценой, а потом не справится и исчезнет?

Ответ прост — создание профессиональным сообществом стандартов ценообразования, определение рекомендованных

цен на стандартные типы изделий, информирование заказчиков о стандартах цен.

Еще один важный вопрос — что необходимо сделать, чтобы прибыль в отрасли росла? Два ключевых момента: специализация и кооперация.

**Специализация.** У нас все занимаются всем. Ситуация вероятно должна меняться. Компании должны специализироваться в определенных нишах. На нашем маркетплейсе эти ниши обозначены категориями и подкатегориями.

**Кооперация** — следствие специализации. Если клиент хочет получить широкий спектр услуг, вам необходимы партнеры. Наличие площадки типа нашей помогут в выборе партнеров, используя различные фильтры и теги.

Плюсы работы с маркетплейсом oohreklama.ru:

- Найти выгодные материалы и оборудование среди множества поставщиков.
- Продать свои изделия федеральным заказчиком.
- Продать/купить остатки материалов или б/у оборудования у коллег в своем городе.
- Поручить сотруднику площадки найти необходимый товар/услугу.
- Найти партнеров для закупки материалов, чтобы получить коллективную скидку.
- Получить юридическую поддержку профильных специалистов.
- Оценить цены коллег.
- Запустить свою онлайн-витрину.

Маркетплейс oohreklama.ru — место для обмена вашими возможностями».

Посмотрите полное выступление Олега Коцаря на SIGNForum-online по ссылке по QR-коду:



Оставить заявку Подписка на скидки Совместная закупка для фирмы ВОЙТИ

**Oohreklama.ru**  
Рекламные производители России

Поиск фирмы, товара или услуги 8-800-707-123-9

КАТАЛОГ ТОВАРОВ И УСЛУГ КАТАЛОГ ФИРМ ОБЗОРЫ НОВОСТЕЙ **ЯРМАРКА ЛИБРЕТО** МОНТАЖ / РЕМОНТ РЕКЛАМЫ ПРОДАТЬ

МАСТЕРА ЦЕНЫ / ЧАС

**ЯРМАРКА ЛИШНИХ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ОБОРУДОВАНИЯ**

**В МОСКВЕ 23-30 ИЮНЯ**  
НА ПЛОЩАДКЕ OOHREKLAMA.RU.

• Внесите информацию о залежавшихся остатках материалов и ненужного уже вам оборудования, • продавайте это коллегам • зарабатывайте деньги. • И, конечно, на Ярмарке покупайте выгодно необходимое.

Оставить заявку

**ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕДЕЛИ**

## Универсальный принтер с высоким качеством печати

Компания «СМАРТ-Т» позиционирует себя как Центр цифровой трансформации рекламных и текстильных производств. Компания работает с 2002 года и на сегодняшний день наряду с центральным офисом в Москве имеет семь полноценных региональных представительств по всей России.

Главным брендом в портфеле оборудования «СМАРТ-Т» является Mimaki. Также «СМАРТ-Т» представляет корейские каландровые термопрессы TitanJet, а с 2018 года, отвечая на запросы клиентов, начались поставки универсальных раскройных комплексов iESHO и лазерного оборудования PHOTONIM.

Факторы успеха компании — крупнейший сервисный центр, штат которого насчитывает 39 профессиональных инженеров с многолетним опытом работы и один из крупнейших в Европе демонстрационно-испытательный центр площадью более 400 кв.м. Помимо демонстрации оборудования здесь проводятся испытания чернил и различных носителей для печати.

Среди бестселлеров последнего времени в ассортименте «СМАРТ-Т» — рулонный УФ-принтер Mimaki UJV100-160, который был презентован впервые в июне

прошлого года, и с тех пор было установлено более 80 машин в 43 городах России, а также в Казахстане и Узбекистане. Этот принтер обладает сертификатом GreenGuard Gold, что позволяет использовать его продукцию практически повсеместно. Его преимущество — универсальность — один станок печатает по любым рулонным материалам независимо от того, с покрытием они или нет (помимо традиционных рекламных носителей — кожа, тентовые ткани, тонкие пластики, текстиль и др.). Принтер привлекателен доступной ценой и низкой стоимостью оригинальных чернил.

УФ-принтер Mimaki UJV100-160 обеспечивает автоматизацию процесса печати благодаря специальному функционалу. DAS (Dot Adjustment System) позволяет автоматически настраивать двунаправленную печать, обеспечивая высочайшую точность позиционирования капли. Функции NCU (Nozzle Check Unit) и NRS (Nozzle Recovery System) обеспечивают стабильную непрерывную работу печатного оборудования путем проверки и компенсации сбойных дюзов, что позволяет минимизировать участие оператора в работе принтера.

Mimaki UJV100-160 кроме СМΥК может печатать белой краской, правда поочередно. Рециркуляция чернил белого цвета, присутствующая в UJV100, — необходимая функция для любого УФ-принтера. Если этого нет, печатающие головки будут забиваться.

Стоит обратить внимание на функцию Waveform Control. Оптимальная форма капли и точная траектория падения каждой капли обеспечиваются путем настройки частоты колебания диафрагмы печатающих головок в зависимости от вязкости чернил. Это гарантирует более высокую четкость линий, текстов и детализированных изображений. На Mimaki UJV100-160 можно печатать тексты до 3 рт.

MAPS4 (Mimaki Advanced Pass System) использует усовершенствованный механизм выброса дополнительных капель между проходами, позволяя получить качественные отпечатки исключительной однородности.

В УФ-принтерах Mimaki UJV100-160 используются чернила LUS-210, обладающие превосходной адгезией и износостойкостью. Замена чернил происходит очень просто. Встроенные в бутылку съемные клапаны не позволяют чернилам выливаться при изъятии емкости из принтера.

Одна из особенностей принтеров Mimaki — низкое энергопотребление. UJV 100 потребляет менее 1 кВт/час.

Компания Mimaki, уверенная в качестве и надежности своей продукции, предоставляет на свои новейшие УФ-принтеры Mimaki UJV100-160 беспрецедентную расширенную гарантию сроком на два года! Важно отметить, что речь идет о гарантии, включающей печатающие головки. Причём это полная гарантия, независимо от отработанного головками ресурса, что практически не имеет прецедентов среди других производителей.

Подробнее с УФ-принтером Mimaki UJV100-160 и другим оборудованием для печати и постпечатной обработки можно ознакомиться на сайте smart-t.ru

*Посмотрите презентационное видео по ссылке по QR-коду:*



## Рекламное оборудование для лидеров рынка

Компания «Диамонд-Лед» занимается развитием бизнеса рекламно-производственных компаний порядка десяти лет. В настоящее время фокус сделан на трех направлениях: оптовые поставки светодиодных модулей, блоков питания и гибкого неона, поставка и ввод в эксплуатацию рекламного оборудования, рекламное производство световых вывесок. Об одном из направлений, связанных с поставками оборудования для производства объемных букв в своем выступлении на SIGNForum-online в рамках выставки РЕКТЭК 2021 рассказал Александр Назин, коммерческий директор «Диамонд-Лед».

«Автоматизация — ключевой фактор повышения эффективности производства, облегчения труда работников. Компании проще выдерживать конкуренцию, если она вовремя внедряет новые технологии, как цифровые, так и связанные с оборудованием для производства. В 2018 году компания «Диамонд-Лед» становится официальными представителями завода бортогибочных станков Dobosen в России. С тех пор мы активно занимаемся автоматизацией рекламных производств в России.

Для того, чтобы стать экспертами в технологии мы открыли свое рекламное производство, так как считаем, что недостаточно использовать лишь опыт заказчика и оставлять его наедине с проблемой. Собственное производство позволяет нам проводить эксперименты, получать новые знания и переводить их в навык. Всем этим мы делимся с нашими заказчиками. Также это позволяет нам давать обратную связь нашим поставщикам, рекомендовать доработки по апгрейду. Но и они, поставщики, дают нам свои советы. С 2018 года технология изготовления объемных букв претерпела изменения и сейчас находится на достойном уровне. Заказчики нас ценят за то, что когда они приезжают выбирать оборудование, мы передаем наш опыт и продолжаем передавать на этапе всего сотрудничества.

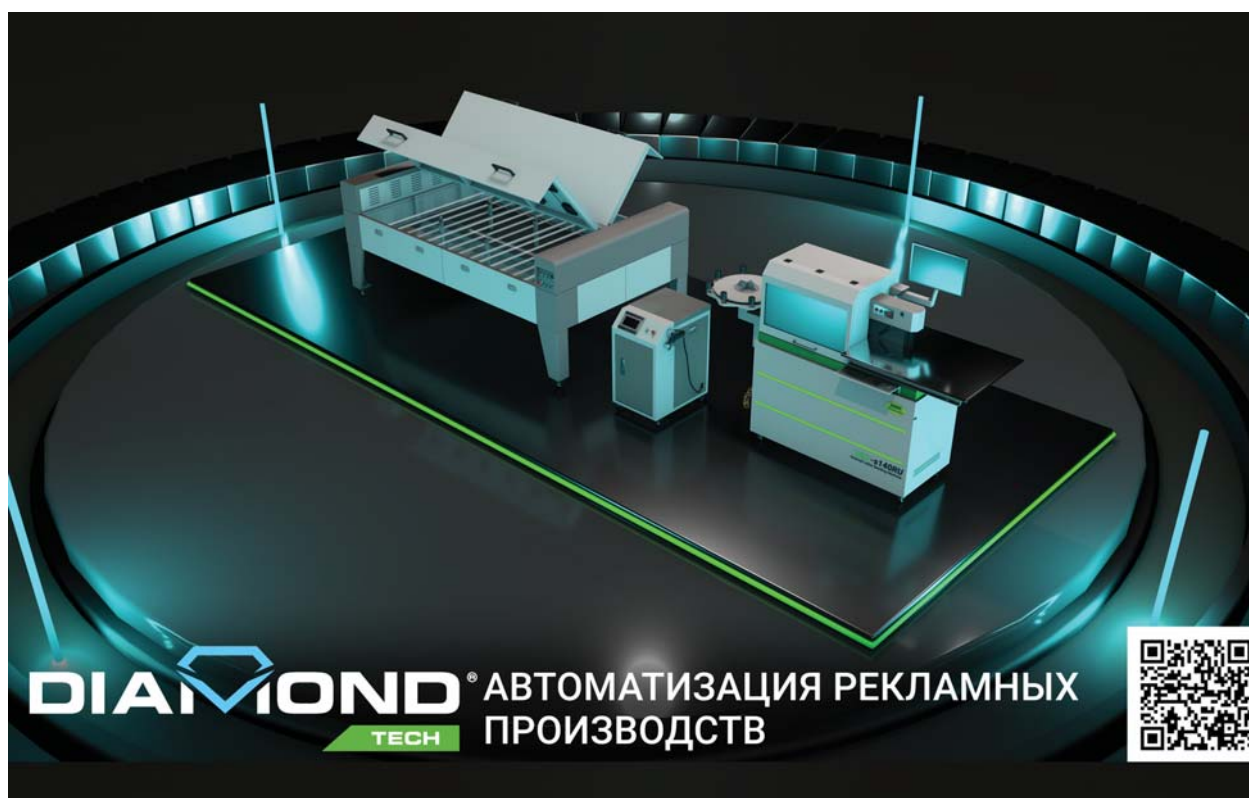
Для изготовления объемных знаков используется целый комплекс специализированного оборудования. Во главе автоматизации рекламного производства стоят бортогибочные станки. В линейке Dobosen представлено три модели: S140RU, S140M, A130M. A130M — начальная версия. Подходит либо начинающим компаниям, либо тем, у кого ограничен бюджет и нет задачи производить сложные изделия. Dobosen S140RU — флагманская модель, которая прошла уже два рейсталинга. На

станке можно гнуть разные материалы — сталь, оцинковку, латунь до 1 мм, алюминий до 1,5 мм с шириной профиля до 14 см. S140M — модификация предыдущей версии. В ней добавлен узел перфорации, который пробивает отверстия в боковине буквы для крепления тыльной части.

Следующее оборудование в серии автоматизации является автоматический дозатор. Он тоже обновился, добавился контроллер дельта, добавился редуктор, который снижает образование пузырей — не нужно ждать, когда из формы буквы эти пузыри выйдут либо их нужно лопнуть. В нем убран воздушный клапан и поставлен электромагнитный.

Сушильная платформа. Мы её начали производить в России, чтобы снизить издержки по доставке и усилить контроль качества. Все комплектующие берем у нашего завода, здесь осуществляем крупную узловую сборку. Произведена первая партия обновленных сушильных платформ. Испытания показали — акрил стал запекается лучше, он стал более эластичным, что делает его более прочным, сломать такую букву практически невозможно».

Подробнее ознакомиться с продукцией, поставляемой «Диамонд-Лед» для рекламного рынка, можно на сайте ledpred.ru



Посмотрите полное выступление Александра Назина на SIGNForum-online по ссылке по QR-коду выше.





# Главные хиты УФ-принтеров Mimaki для рекламы и не только.

В следующем году Группа компаний «Русском» отмечает 20-летие сотрудничества с японским производителем печатного оборудования — компанией Mimaki. На прошедшей в конце апреля онлайн-выставке РЕКТЭК 2021 Юлия Арешко, генеральный директор «Русском», рассказала о наиболее востребованных моделях планшетных УФ-принтеров Mimaki.

Одним из самых интересных продуктов у японского производителя является цифровая УФ-техника, работающая на УФ-отверждающих чернилах. По сути дела, Mimaki — это пионеры в создании подобной техники. Самую первую свою машину они презентовали в 2004 году на международной выставке Drupa. Тогда они представили свой первый УФ планшетный станок с размером печатного поля 60 x 70 см, высокоточную машину, которая могла печатать шрифты до трех пунктов. Но это была машина не для рекламы. И прошло еще какое-то количество лет, когда Mimaki смогли сделать технику, которая применима в рекламном, в полиграфическом производстве, в производстве сувениров.

Так, в 2010 году появились замечательные машинки, которые знает вся Россия, которые знает весь мир, которые стали безусловными хитами в этой сфере производства. Это настольные УФ-принтеры Mimaki для сувенирного производства серий UJF-3042/6042.

## УФ-принтеры Mimaki малого формата

Первая машина серии UJF была выпущена в 2010 году. За время присутствия на российском рынке проинсталлировано более 600 единиц техники этой серии, что говорит о том, что это оборудование очень правильно иметь в своем реклам-



ном хозяйстве, в сувенирном бизнесе, в производстве оперативной полиграфии, поскольку оно стало практически незаменимым помощником.

Самое главное, что про них нужно знать — у них потрясающие возможности. Практически все эти машины могут делать рельефную печать. Они могут печатать не только СМΥК, но и белым цветом, и лаком, что позволяет делать такие виды работ как выборочная лакировка. У всех этих машин есть интересные системы Mimaki, которые позволяют им работать бесперебойно, без остановок. Это системы определения забитых дюз и их прочистки, это системы рециркуляции белого цвета.

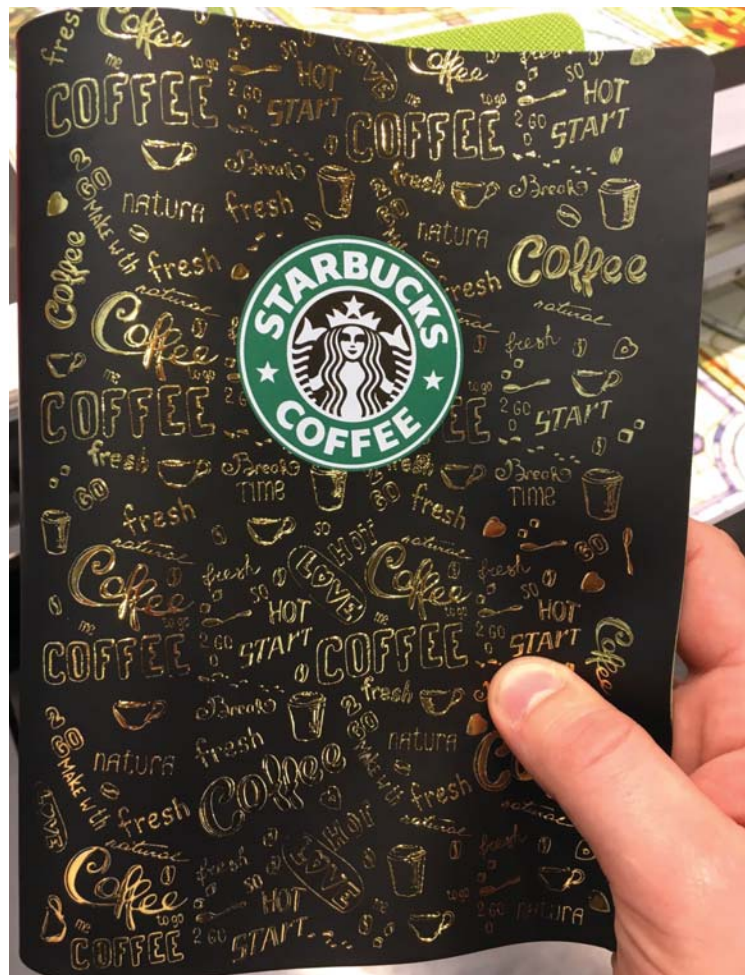
Спектр применения УФ-принтеров Mimaki серии UJF-3042/6042 довольно широк. Например, с их помощью можно оформлять ежедневники, создавая рельефную печать или эффект золочения. Конечно же, это не принтер печатает золотыми и серебряными чернилами. Это техни-



чески невозможно. Но при помощи дополнительных, аддитивных технологий возможно делать не только УФ-печать с белым цветом, не только УФ-печать с лаком, но еще и УФ-печать с золочением и серебрением, самыми различными оттенками фольги, которые очень распространены в сувенирном производстве.

Благодаря применению так называемой 2,5D-печати можно создавать рельефные линии и изображения на иконах, шильдах, медальонах, чехлах для смартфонов.

Также принтеры Mimaki UJF-3042/6042 можно использовать и для нанесения изображений на таких поверхностях, как стекло, зеркало, что весьма распространено и применяется не только в сувенирном производстве, но и в отделке интерьеров, в стекольной промышленности, в производстве зеркал.



Образцы печати на УФ-принтерах Mimaki

Декорирование мебельных фасадов — еще одна область применения УФ-печати, с которой легко справляются обозначенные выше машинки. Однако, если необходимо запечатывать большие поверхности, требуется уже оборудование другого формата.

### УФ-принтеры Mimaki среднего формата

Это Mimaki JFX200 и JFX200EX. Машинки, которых тоже продано очень много. Самую первую такую принтер в компании «Русском» продали в 2006 году. С тех пор сменилось пять поколений этих машин. JFX200 — это печатное оборудование последнего поколения. Принтеры имеют размер печатного поля 2,5 x 1,3 м, что позволяет использовать их для запечатки изделий крупного формата.

Mimaki JFX200EX — это более новая модификация 200-й серии. Она впервые была презентована производителем на FESPA 2019 года. В чем же отличие линейки EX от базовой версии? Какие самые существенные моменты нужно выделить у этой модели? В первую очередь это новая скорость печати, которая увеличена прак-

тически в два раза. Это произошло за счет того, что у машины в печатающем блоке появилась еще одна головка.

Также в принтере применены холодные LED-лампы нового поколения. Надо всегда помнить о том, что Mimaki, увеличивая скорость, никогда не жертвует качеством. Это принципиальная позиция производителя. И весь прирост скорости идет не за счет потери качества печати, а за счет каких-то усовершенствований, которые позволяют выйти на новую скорость.

Высокую укрывистость изображения обеспечивает система MAPS для сглаживания межпроходных дефектов. Те, кто работают с цифровой техникой хорошо знакомы с эффектом полошения — когда мы видим границы между проходами. Mimaki давно разработало систему компенсации межпроходных дефектов за счет того, что границы между проходами не четкие, проходы как бы наслаиваются друг на друга такими неровными линиями.

Соответственно, в этой машине система MAPS также применена, что позволяет иметь гораздо более высокую скорость при сохранении высочайшего качества. Еще одна очень важная особенность УФ-принтера Mimaki JFX200EX, которая присуща многим машинам японского производителя, — это так называемая система блока проверка дюз. Известно, что дюзы, поскольку это мелкие и подверженные засорению отверстия, время от времени забиваются пигментом абсолютно на всех струйных печатающих устройствах.



Мимакэ давно стало разрабатывать систему блока проверки дюз. Машина автоматически определяет забитые дюзы. И что она с этим делает? Она включает вторую систему, которая называется Nozzle Recovery System, система восстановления дюз. Те дюзы, которые забиты и могут создавать пробелы в печати, компенсируются работой других дюз.

Что еще очень важно? Во всех УФ-плоттерах Mimaki присутствует система, применяющая технологию рециркуляции белых чернил, которая препятствует выпадению их в осадок. Это означает, что не забиваются дюзы, не происходит потеря чернил на слив и на прочистку. А белые чернила — достаточно дорогостоящий пигмент.

Про лак можно говорить долго. Лак позволяет придавать изображению самые различные эффекты. Во-первых, лак употребляется тогда, когда нам необходимо получить рельефную печать. В этой машине предусмотрено 129 шаблонов текстур. И у оператора не возникает никаких проблем, связанных с изобретением текстуры и созданием макета. Он просто выбирает необходимую текстуру, которая находится в программном обеспечении, идущем в комплекте.

Кроме того, с помощью лака можно делать выборочную лакировку либо создавать полностью глянцевые изображения. И плюс именно лак участвует в постпечатных аддитивных процессах золочения как технологический компонент.

Есть повод!

### Есть повод!

В заключении хочется добавить, что конкурировать на рынке печатных услуг можно не только ценой, но и широким спектром возможностей, качеством выпускаемой продукции. На базе компании «Русском» работает школа операторского мастерства, где можно научиться всем тонкостям профессиональной работы на высокотехнологическом оборудовании Mimaki.

Есть еще один замечательный повод в ближайшее время посетить демо-зал «Русском» — на описанные выше модели оборудования до 30 июня действуют специальные условия покупки и выгодные цены. Это очень хороший шанс, чтобы начать делать что-то необычное и при этом пользоваться замечательным инструментом, научиться многому, интересному, чтобы продолжать успешно, устойчиво конкурировать, присутствовать на этом рынке и изготавливать такие вещи, которые требуют терпения и мастерства.

Присоединяйтесь к клубу любителей Mimaki!

# КАК ОТХОДЫ ПРЕВРАТИТЬ В ДОХОДЫ или ПЕРВЫЙ РОССИЙСКИЙ ЖИДКИЙ АКРИЛ

Сегодня мы поговорим с Ильей Беспаловым, руководителем РПК ГРАФИТ и основателем ACROLAB - компании, занимающейся переработкой отходов из пластика. Искали истории про предпринимателей, каждый день меняющих мир?

*Держите!*

ACROLAB



Илья, расскажите поподробней об истории возникновения технологии переработки пластиковых отходов и их дальнейшей судьбе?

Мы перерабатываем полиметилметакрилат (ПММА) - акриловый полимер, который используется во многих отраслях промышленности, например, автомобильной, строительстве, наружной рекламе, стоматологии, в приборостроении. Отходы ПММА могут быть переработаны классическими методами: экструзия, литье под давлением. У этих методов есть ряд проблем. Во-первых, не экологичны и достаточно дорого. Мы разработали эффективную технологию переработки отходов ПММА в первичную жидкую стадию исходного вещества MMA, которая может быть использована в самых разных отраслях промышленности, в т.ч. в рекламной отрасли в виде жидкого акрила для производства вывесок.



Наш РПК ГРАФИТ рос очень быстро. Мы увеличивали объемы выпускаемой продукции. Как следствие росло количество отходов пластиков. Меня очень беспокоила проблема накопления и утилизации отходов отработанного листового акрила (ПММА). В 2019 году мы купили оборудование для производства букв из жидкого акрила. Тогда мне пришла мысль: «Как бы переработать отходы листового акрила в жидкую стадию и использовать повторно?»

Таким образом родилась идея монетизации мусора, которая сегодня успешно реализована. На примере нашей рекламной компании расскажу, как мы решаем проблему вторичной переработки ПММА и насколько мы продвинулись на пути к производству замкнутого цикла. Наша компания занимается производством светодиодной наружной рекламы.

Перевод дробленого ПММА в базовый фотоотверждаемый акриловый состав позволяет повторно использовать отходы в своих изделиях и одновременно с этим снизить себестоимость изделия.

Дальше-больше, помимо возвращения отходов ПММА в производственный цикл, на нашем предприятии развернута линия по деполимеризации дробленого ПММА до исходного мономера. Технология основана на способности ПММА к разложению при нагревании. Линия представляет собой установку реакторного типа, где происходит сбор продуктов пиролиза.

Таким образом на нашем предприятии реализовано две точки потребления вторичного полимера и производства на его основе нового продукта, который по своим характеристикам ничуть не уступает изделиям, произведенным из первичного материала. Пока другие спорят о вреде пластика и пытаются его запретить



мы создаем условия для развития рынка сбыта вторичного сырья в России. Надеюсь, наш пример послужит для кого-то отправной точкой в этом непростом, но выполнимом деле.

Кто является вашими клиентами?



Мы разработали несколько продуктов.

① Во-первых, это исходный метилметалокрилат (ММА) из переработанного пластика в чистом виде. По внешнему виду - это жидкость похожая на воду с резким запахом. Она абсолютно прозрачна и имеет ряд уникальных свойств. Благодаря своим свойствам данное вещество применяется в самых разных отраслях промышленности, таких как акриловые полы и ванны, производство линз, фары автомобилей и многое другое.

② Во-вторых, из исходного MMA нашего производства мы делаем молочный жидкий акрил, который используется для производства наружной рекламы. Мы активно сотрудничаем с компанией ПИТОН, которая занимается продажей нашего жидкого акрила под маркой АКРИЛОН.



**3** В-третьих, в наших планах производство мобильных установок по переработке отходов ПММА. Эти установки мы планируем ставить в любом городе, на территории крупных производств, которые используют ПММА и формируют большое количество отходов.

Мы знаем, что не всем компаниям нужны громоздкие установки и хотим в первую очередь помочь малому бизнесу, потому что их проблемы нам очень близки, знаем их на собственном опыте.

Один из всемирно принятых векторов развития бизнеса - **ESG** (англ. environmental – экология, social – социальное развитие, governance – корпоративное управление). Этот индекс рассказывает о стратегии компании и том, как предприятие заботится об экологии. **Ваша технология является доступным инструментом повышения рейтинга ESG, верно?**

Однозначно, более того, конкурировать с международными корпорациями, которые внедряют зеленые технологии уже не одно десятилетие, большинству российских компаний трудно, поэтому в рамках нацпроекта «Экология» к 2024 году на наилучшие доступные технологии (НДТ) должны перейти все промышленные объекты России, которые оказывают влияние на окружающую среду и те, кто сможет доказать, что работает именно по «наилучшим доступным технологиям», смогут рассчитывать на господдержку. Без экологической повестки современным предприятиям трудно претендовать на крупные инвестиции и конкурировать на рынке. А, значит, тренд на экологичность будет востребован и дальше, стимулируя спрос на нашу технологию.

**Вы упомянули, что вторым вашим продуктом является жидкий акрил для производителей наружной рекламы. Какими свойствами обладает ваш акрил?**

Мы два года занимались разработкой рецептуры жидкого акрила, эксплуатационными тестами, постановкой технологии производства. Перепробовали, перебрали сотни компонентов, тысячи опытов, подключали лаборатории. Сколково в поисках нужных компонентов.

У жидкого акрила сложный состав, в котором каждый компонент выполняет важную функцию и помогает сделать изделие привлекательным для конечного потребителя. Подбор всех компонентов в правильной пропорции позволил нам сделать акрил, который превосходит по характеристикам китайский. Наш акрил имеет хорошую консистенцию, хорошо растекается, лучше полимеризуется и отлипает от стекла, он белее по сравнению с китайским. Также мы проводили климатические испытания в лаборатории, замораживали до -70 град и нагревали до +70 град. Акрил и буквы из жидкого акрила показали очень хороший результат.

*Скорите на канале*



И сейчас мы наконец-то готовы выйти на рынок и удовлетворить все потребности нашего клиента.

**Чтобы не быть голословными, давайте поговорим немного о нашем составе и ответим на популярные вопросы, страхи и опасения рекламщиков по поводу нашего продукта. Не пожелтеет ли Ваш акрил со временем, какие есть гарантии?**

Полиметилметакрилат, который получается в процессе отверждения жидкого акрила, является УФ-стабильным пластиком. Изделия из ПММА, например автомобильные фары, защитные экраны, способны длительное время эксплуатироваться на улице и под солнцем.

Тем не менее, некоторые производители жидкого акрила вводят в состав своего продукта компоненты, содержащие хромофорные группы (ускорители полимеризации, двухкомпонентные инициаторы), которые способны со временем привести к пожелтению. Мы выпускаем жидкий акрил под маркой АКРИЛОН, который разработан с учетом подобного эффекта. В нем отсутствуют соединения с хромофорными группами, способными привести к пожелтению. Поэтому срок эксплуатации изделий, изготовленных из жидкого акрила не ограничен воздействием УФ-излучения.

**Насколько прочно держится борт, не отойдет ли он со временем?**

Перед повсеместным распространением технологии изготовления букв из жидкого акрила большую популярность имела технология изготовления клееных букв из ПВХ. По ряду причин она отходит на задний план и на смену приходит технология получения букв путем УФ-отверждения жидкого состава в форме.

Стоит вспомнить, что в основе соединяющего действия клеев лежит процесс образования межмолекулярных связей между слоем клея и склеиваемыми поверхностями, что возможно благодаря способности клея проникать в поры и образовывать большую межфазную поверхность с множеством межмолекулярных взаимодействий.

Теперь если вернуться к жидкому акрилу, то мы увидим, что эффект адгезионного взаимодействия между отвержденным пластиком и бортом принципиально не отличается от процесса описанного ранее для клея. Так жидкий УФ-отверждаемый состав проникает в поры поверхности борта на молекулярном уровне и после отверждения образует разветвленную сеть межмолекулярных связей, которые и удерживают борт и отвержденный акрил

**Узким местом в РПК является время сушки или полимеризации акрила. Сколько времени полимеризуется ваш акрил и можно ли его сократить?**

Наш акрил в нормальных условиях полимеризуется за 120 минут. Это время можно сократить, но возникает опасность неконтролируемого запуска полимеризации в канистрах или в система дозатора просто.

И самое интересное, как всегда, в конце. Одним из самых важных преимуществ нашего жидкого акрила является то, что он больше чем на 90% состоит из переработанного вторичного ПММА. На текущий момент нами реализована технология позволяющая получать из отходов ПММА продукт, который более чем на 98% соответствует чистому метилметакрилату (основа жидкого акрила). Вот такой вот большой шаг в переработке пластика для маленькой, но амбициозной лаборатории из Щербинки. Дальше больше, повышайте свой ESG-рейтинг с нами.

26 шт.

## Семейство ELF SOL+

Самая многочисленная линейка модулей для любых задач



## Как светодиодные модули серии ELF SOL+ помогают рекламно-производственным компаниям продавать вывески?

Светотехника всегда была одним из важнейших компонентов во всех проектах. Вывески не могут выполнять свою роль без подсветки. Их должно быть заметно и днем, и ночью. Бренд ELF на протяжении более 15 лет помогает рекламщикам делать отличные вывески.

За это время светодиодные технологии постоянно развивались: росли яркость, надежность и светоотдача. Но я предлагаю в этом материале посмотреть на светотехнику ELF не с технической стороны, а проанализировать ее возможности с точки зрения поддержки продаж вывесок конечным клиентам. Какие дополнительные аргументы вы можете использовать при ведении переговоров с потенциальными заказчиками?

Очевидно, что в процессе обсуждения проекта рано или поздно пойдет речь о цене. И ЦЕНА, как бы нам ни хотелось, – это важнейший фактор! Но очень важно, перед тем как речь пойдет до обсуждения стоимости, показать клиенту, что он получит за эту цену. Иногда цена может отойти на второй план, и выбор будет делаться по другим критериям: КРЕАТИВ, ДОВЕРИЕ, СРОК ИСПОЛНЕНИЯ, ГАРАНТИЯ и др. Но фактор ЦЕНЫ все равно выйдет на первый план в 8 случаях из 10.

И тут модули ELF SOL+ дают очень важное преимущество – это низкая стоимость засветки в расчете на квадратный метр. Низкая цена складывается из двух факторов: рекордной яркости на один модуль (до 280 лм) и высокой энергоэффективности (150 лм/Вт против 70-90 лм/Вт в устаревших сериях). В итоге вам потребует-

ся значительно меньше модулей и блоков питания (БП) для выполнения проекта.

Благодаря сверхмалому потреблению ELF SOL+ на один блок питания их можно подключить в 2 раза больше. Например, на блок питания мощностью 100 Вт с запасом в 20% подключаем 85 модулей ELF SOL+ яркостью 140 люмен, против 44 конкурентных модулей той же яркости (см. рисунок 1). Таким образом, при условной стоимости блока питания в 1000 рублей на один модуль ELF SOL+ приходится дополнительно 11,8 руб. (1000р./85шт.=11,8р.), а на модуль конкурента 22,7 руб. (1000р./44шт.=22,7р.). Разница в 10,9 руб./модуль.

На рисунке 2 представлена сравнительная раскладка для разных модулей. В итоге, чтобы получить заданную яркость вывески в 3000 Лм, вам потребуется на 20% меньше модулей ELF SOL+. Важно отметить, что равномерность засветки обеспечивается запатентованной широкоугольной линзой, которая имеет угол рассеивания светового потока более 170 градусов. При этом свечение по всей площади пятна мягкое, без ореолов и пятен.

Благодаря высокой светоотдаче модули ELF SOL+ потребляют до двух раз меньше электроэнергии! Покажем это на примере двухшпек ELF SOL+ (140 лм, 0,93 Вт, 150

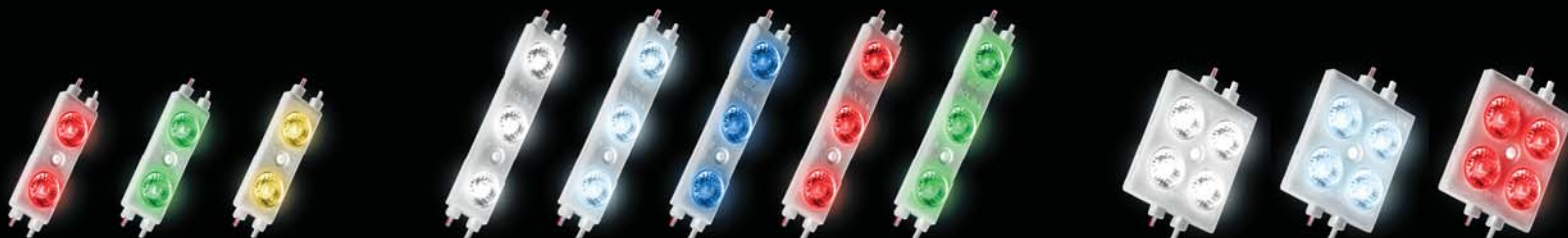
лм/Вт). Предположим, что для вывески потребовалось 1000 модулей SOL+, а ваш конкурент использовал 1000 штук других модулей (140 лм, 1,8 Вт, 77 лм/Вт). В итоге обе вывески получились одинаковой яркости. Но очень большая разница в потреблении электричества 0,93 кВт, против 1,8 кВт. Предположим, что обе вывески светят круглосуточно, давайте сравним затраты на оплату электроэнергии при цене 6 руб./кВт.ч и КПД блока питания 80%.

$0,93 \text{ кВт} / 80\% * 24 \text{ ч.} * 365 \text{ дней} * 6 \text{ руб./кВт.ч} = 61 \text{ 101 руб./год}$

$1,8 \text{ кВт} / 80\% * 24 \text{ ч.} * 365 \text{ дней} * 6 \text{ руб./кВт.ч} = 118 \text{ 260 руб./год}$

Разница составила 57 159 р./год или 57 руб./год в пересчете на один модуль. То есть каждый модуль SOL+ будет ежегодно экономить клиенту 57 руб. с одного модуля. Фактически модуль ELF SOL+ полностью сам себя окупает и приносит дополнительную прибыль!

За период 5 лет прямая экономия составит 286 000 руб.! Используйте подобные сравнительные расчеты. Особенно мы рекомендуем обращать на этот факт внимание сетевых клиентов. Так как у них добавляется мультипликационный эффект от количества объектов. И тогда даже отдельные небольшие световые вывески суммар-



но могут приносить экономию на электроэнергии в миллионы рублей!

Часто вы сталкиваетесь с аргументом от клиента: «Мне предложили дешевле». И всегда хорошо в данной ситуации понять, причину такой низкой цены. Как пример, при хорошем общении с клиентом можно попросить раскладку, предложенную конкурентом. Далее вы повторяете ее в программе ELFWIZARD, чтобы проверить яр-

кость и качество засветки. При низкой яркости вы можете обратить на это внимание клиента или предложить ниже яркость в своем расчете. Мы всегда рекомендуем делать 2-3 расчета с разной яркостью. Это позволяет клиенту сделать выбор, а с другой стороны, расчеты в ELFWIZARD делаются настолько просто, что сейчас это не занимает много времени. ELFWIZARD – это еще одно важное преимущество: быстрые рас-

четы, удобный интерфейс, графический редактор, все данные под рукой, контроль яркости и качества засветки в режиме онлайн и много других классных функций.

Мы всегда придерживаемся принципа, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Если вам предстоит сделать интересный проект, то сделайте образец, и покажите яркость на нем. Только поставив образцы рядом, можно четко понять разницу в яркости нескольких изделий, и в этот момент клиенту проще принять решение и заплатить больше за высокую яркость.

Подводя итог, сформулируем основные тезисы:

- ✓ Себестоимость подсветки на ELF ниже на 20-40%, особенно в средних и больших проектах.

- ✓ При сравнении с самыми дешевыми модулями стоимость светотехники в небольших проектах может быть на одном уровне, но при этом у ELF будет два преимущества: гарантия 5 лет и низкое потребление электричества.

- ✓ Используя ELFWIZARD, просто и легко делать расчеты вывесок, готовить КП под требования клиента, контролировать качество и яркость засветки, проверять раскладки конкурентов.

- ✓ Сравнительные расчеты потребления электричества готовой вывеской на SOL+ и на модулях с низкой энергоэффективностью помогают продавать проекты дороже.

- ✓ Модули ELF SOL+ сами себя окупают за счет экономии электроэнергии менее, чем за год;

- ✓ Предлагайте клиенту несколько вариантов расчетов на разных модулях ELF SOL+ с разной яркостью.

- ✓ Качество и надежность светотехники ELF, а также известность бренда среди конечных клиентов — это тоже аргумент. Многие знают ELF, уверены в нем и рекомендуют к использованию в своих проектах.

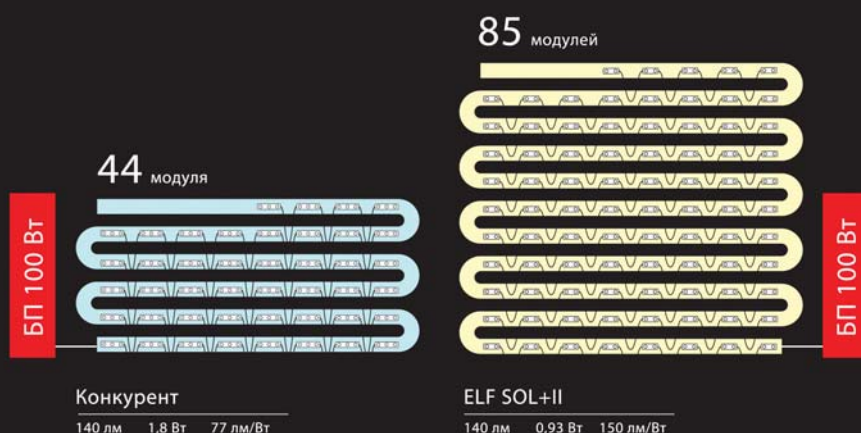
### Сравнение затрат в расчете на 1 модуль

Экономия на ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ		Конкурент		ELF SOL+II		Экономия, руб.
		140 лм	1,8 Вт	77 лм/Вт	140 лм	
Цена электроэнергии в год, руб.	10 час./день			49 275	25 533	- 23 742
	Круглосуточно			118 260	61 101	- 57 159
В пересчете на один модуль в год, руб.	10 час./день			49,2	25,5	- 23,7
	Круглосуточно			118,2	61,1	- 56,9
<b>Экономия на БЛОКАХ ПИТАНИЯ</b>						
Всего требуется БП 100 Вт, шт.				22	11	
Стоимость БП, руб.				22 000	11 000	- 11 000
В пересчете на один модуль, руб.				22,7	11,8	- 10,9

На один модуль ELF SOL+II экономия в год: **от 23 до 57 руб.**

Кол-во модулей: 1 000 шт. Цена электроэнергии за 1 кВт/ч: 6 руб. Цена БП: 1 000 руб.

### Сравнение количества модулей разной энергоэффективности на 1 блок питания



реклама

www.elf-light.ru

# Новые возможности в цифровой печати

Михаил Проскуряков, специалист компании НР, в интервью журналу «НАРУЖКА» рассказал о тенденциях в развитии цифровой печати, об искусственном интеллекте в ваших типографиях и о том, как тренд на экологичность может увеличить вашу прибыль.

— Несколько лет назад диджитал начал активно внедряться в бизнес. Причем, речь идет не только об интернете. Наружной рекламы это тоже коснулось. В этой связи возникла угроза, что все печатные плакаты будут заменены на цифровые экраны, у печатников не останется работы и т.д. Михаил, насколько подобная угроза является реальной для рынка цифровой печати?

— Отвечу своей любимой фразой, что не бывает ничего черного и белого, что истина в оттенках серого. И то, и другое имеет место быть. Действительно цифровые экраны завоевывают всё большее пространство на улицах городов. Хотя идея эта не нова — первые экраны на светодиодах начали ставить лет десять-пятнадцать назад. Тогда идея не выстрелила, как я понимаю, из-за высокой стоимости самих экранов и высоких эксплуатационных расходов. Первая волна не пошла. Сейчас светодиодные технологии стали более совершенными, менее дорогими, что, в том числе, спровоцировало их бурное внедрение. И объек-

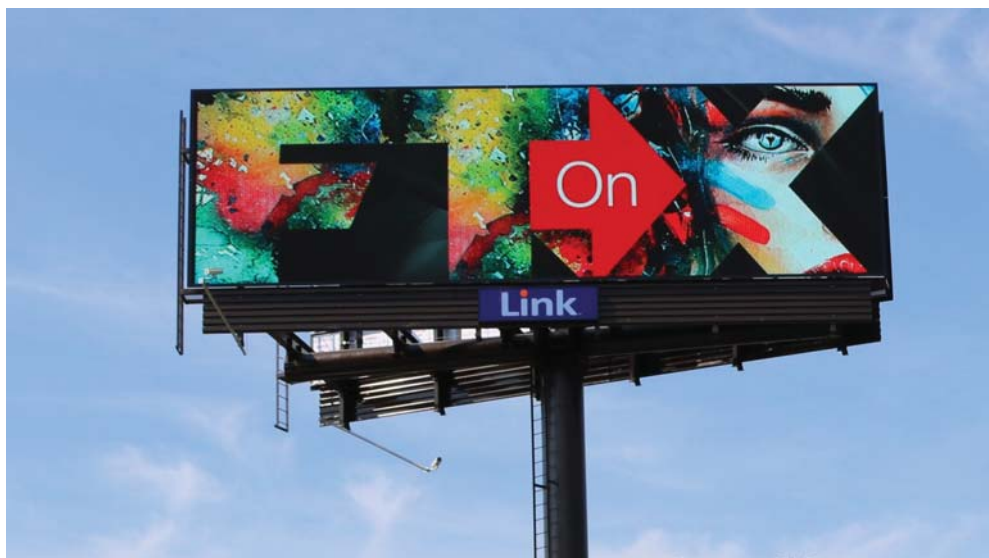
тивно говоря, цифровые экраны действительно отбирают часть рынка у широкоформатной печати. Но я не думаю, что экраны вытеснят на 100% печатные плакаты. Всё должно быть адекватно задачам.

Конечно, раньше печатной рекламы было существенно больше в аутдор. И это связано не только с цифровыми экранами. Меняется сам маркетинг, появляются новые инструменты, бюджеты перетекают в интернет и т.д. Да и администрации городов стали по-иному реагировать на обилие рекламных щитов. Лет десять назад щит на щит наезжал, а сверху еще и перетяжка висела. Теперь же всё это регламентируется путем сокращения рекламных площадей. И раньше большие типографии были рассчитаны на большие объемы печати для наружки, а сейчас производственные мощности типографий уже превышают запросы рынка. И они либо закрывают свои печатные производства, либо перепрофилируют их. Из старой обоймы крупных печатников, кто начинал году в 97-м, уже почти никого не осталось.

Если говорить коротко, печать для наружной рекламы всё равно останется, просто её будет значительно меньше.

— Мы также видим изменения в технологиях самой печати. Если раньше доминирующей была сольвентная печать, затем экосольвентная, теперь развиваются зеленые технологии — латексная печать, УФ-печать... И раньше все следили за такими характеристиками, как скорость печати и разрешение. Сейчас кажется, что эти технологии достигли апогея — любой принтер может печатать с высоким разрешением, скорость печати каждая компания подбирает, исходя из бюджета и задач, эта проблема тоже решена. Что дальше? Есть еще чему развиваться в технологиях цифровой печати?

— Хороший вопрос. Согласен с Вами. Раньше все гонялись за точками. Первый вопрос, который часто задавали на выставке, подойдя к принтеру, сколько пиколитров у него одна капля. Теперь же гонка вооружений по печатным головкам, а это прежде всего касается печатных головок, она дошла до какого-то разумного уровня. На мой взгляд все печатные головки, которые печатают с каплей менее 10 пиколитров, дают соизмеримое качество печати на стандартных задачах. Как-то, уже достаточно давно, когда появились печатные головки, выдающие два пиколитра, я дискутировал с производителями, говоря, что два пиколитра звучит восхитительно, но где мы будем применять эту технологию? Сошлись во мнении, что в классической широкоформатной печати столь малая величина капли не имеет смысла. Любой современный принтер известного бренда дает качество, достаточное для интерьер-





ной печати, а для наружной уже даже избыточное. Внутри помещения достаточное. Остальное избыточно. Дальше уже только остается брать лупу и рассматривать печать под микроскопом. На глаз уже ничего не заметно. Можно, конечно, идти по пути наращивания скорости. Но это вопрос цены. Есть машины быстрые — они дорогие. Есть машины медленные — они дешевые.

Еще два года назад я бы тоже сказал, что всё, приехали, дальше бежать некуда. Но, как показала практика, в последние годы производители начинают внедрять иные технологии печати. В качестве яркого примера можно привести печать с помощью UV gel. Это уже другая технология. Сначала был сольвент, жизнь которого, кажется, катится к закату. Затем пошла УФ-печать, которая сейчас если не на росте, то на пике своего развития. Затем появился латекс, и долгое время больше никаких изменений не происходило. Делали лучше головки, повышали скорость и ничего больше не менялось. А буквально несколько лет назад начали презентовать уже новые технологические решения. В последнее время наметилась тенденция, что по самому конструктиву уже практически предел. Когда-то выпускались головки с 85 пиколитрами, а потом выпустили с 12. Вот это был прорыв. А сейчас в этом направлении не видится возможностей для существенного прорыва. Следует также отметить, что предлагаемые технологии всё более и более зеленые. Задача — сделать технологии широкоформатной печати максимально экологичными, снизить влияние на окружающую среду до максимума.

— А какие преимущества рядовому пользователю дают эти новые технологии?

— Раньше основным источником развития широкоформатной печати была наружная реклама, которая печаталась на сольвенте. Были созданы машины с шириной печати до 5 метров, производители вкладывались в технологии, индустрия стремительно развивалась. Но после того, как количество баннерной рекламы на щитовых конструкциях во всем мире начало снижаться, широкоформатная печать стала осваивать indoor, декорирование интерьеров. Конечно, основное использование печати в интерьере — это оформление



мест продаж, печать внутри торговых помещений. Но благодаря новым технологиям открываются новые возможности использования широкоформатной печати в B2C — это печать обоев, штор, фресок и т.д. В интерьерной печати экологичность — главное требование, поэтому всё больше инвестиций в технологии печати вкладываются именно в этом направлении. Причем, это очень интересные рынки как с точки зрения маржи, так и объемов. И производители вкладываются, чтобы соответствовать ожиданиям новых рынков. И все появившиеся относительно недавно новые разработки являются более экологичными, нежели старые.

— Михаил, а Вы можете привести примеры компаний, которые за прошедший пандемийный год смогли не только устоять, но и даже вырастить свой бизнес широкоформатной печати?

— В период локдауна и сразу после него, когда я разговаривал с нашими заказчиками, покупателями принтеров, и спрашивал, как дела, я слышал два противоположных ответа. Либо они говорили, что всё плохо, либо, что всё отлично. Причем, «всё плохо» говорили те, кто традиционно базировались на рекламе, и не только на наружной. Направление оформления мест продаж тоже пострадало. Это и понятно — в кризис прежде всего режется маркетинг, оформление магазинов откладывается на

лучшие времена. И это негативно сказалось на бизнесе типографий, которые ориентировались на эту сферу. О росте же говорили все те, кто оказывал услуги печати для оформления интерьеров. Особенно поднялись те, кто оказывал услуги по запросу (on demand). Те, кто печатал интерьерку для сетей, не так поднялись, как те, кто создал интернет-площадки для продажи своих услуг напрямую потребителю, частным клиентам — у них всё сложилось хорошо. Как они говорят, у людей освободилось время, они начали ремонтировать и оформлять квартиры и дома. То есть те, кто успел диверсифицировать свой рынок в сторону консьюмерского, они прилично выросли. И если говорить о продажах нашего печатного оборудования, то я могу сказать, что основные инсталляции идут в декор в сегменте B2C.

— У Вас есть ощущение того, что данная ситуация не станет временной, а эти новые рынки получат бурное развитие и после того, как мы вернемся после пандемии к нормальной жизни?

— Я скажу более того, эти рынки появились не сегодня. Многие начали диверсификацию своего бизнеса еще до наступления известных событий. И эти рынки продолжают расти. По оценке наших аналитиков объем печати в B2C на порядок превышает объем печати в сегменте Sign & Display. Стоит добавить, что вскоре всё будет

печататься цифровым методом, аналоговые способы печати будут заменены цифровыми. Это общая тенденция — всё становится цифровым. И мы еще не говорили про рынок печати по текстилю. А он превышает рынок домашнего декора. И здесь тоже огромное поле для деятельности. И это направление тоже будет расти.

— Михаил, как Вы можете сравнить темпы развития российского рынка цифровой печати и зарубежных? Насколько быстро у нас внедряются инновации, о которых мы говорим в сравнении с западными рынками?

— Исторически мы всегда отставали, хотя и неприятно это говорить. Мы всегда бежим за паровозом. Тренды, о которых мы говорим, на зарубежных рынках обозначились довольно давно. Однако сейчас мы приближаемся к паровозу, мы быстрее перестраиваемся, чем обычно. Обычно мы отстаем на 3-5 лет, сейчас по моим ощущениям разрыв составляет год-два. В Амери-

ке или Европе уже давно существуют довольно крупные компании, которые печатают преимущественно для частных потребителей, например, на холсте под рамки. Они создали интернет-магазины, где заказчик может загрузить изображение, выбрать рамку и размер печати и через пару дней получить изображение своего любимого кота на холсте в красивой рамке. Объемы у них очень большие. Я сужу по нашим машинам — в таких компаниях установлены пять и более тяжелых принтеров HP, и они полностью загружены. Вероятно, мы тоже к этому придем. Для этого необходимо создать продающие площадки и оптимизировать производство.

— В продолжение этой темы хочется спросить, где деньги в широкоформатной печати? Какое оборудование Вы рекомендуете рассматривать для инвестиций в прибыльный бизнес широкоформатной печати тем, кто покупает оборудование не под клиента, а для расширения своего бизнес-портфеля?



— Если вы не знаете, какое оборудование покупать, то покупайте максимально универсальное, чтобы выпустить любой продукт. Если оборудование покупается под конкретную задачу, то и оборудование должно быть соответствующее — для печати на спортивной одежде достаточно купить сублимационный принтер и ни о чем не думать больше. Плюс к максимальной универсальности я бы порекомендовал максимальную экологичность. Причем, это одно из основных требований. Если машина будет универсальной, но не экологичной, то часть заказов пройдет мимо вас и эта универсальность будет весьма условной.

Однажды у меня был разговор с одним из клиентов, который сказал, что сейчас его навыки как хорошего печатника почти ничего не стоят. Раньше, чтобы получить хороший результат на том или ином принтере, надо было уметь на нем печатать. Он был ценен тем, что знал, как это эксплуатировать. А сейчас начинают выпускаться принтеры для домохозяек, с максимальным уровнем автоматизации. Это я к тому, что надо еще выбирать оборудование, с которым максимально просто работать, с максимальной автоматизацией и минимальным вмешательством оператора. Чтобы широкоформатный принтер в работе был похож на настольный — нажал кнопку, он печатает. Если оборудование имеет низкий уровень автоматизации, на нем еще надо будет научиться работать. Первое время придется испортить немало материалов, чтобы получить требуемый результат. Набьешь шишек, научишься, но это не имеет ничего общего с быстрым стартом.

Подведем итог. Начинающим печатникам стоит рассматривать максимально универсальное оборудование, печатающие



экологическими чернилами, с максимальной степенью автоматизации, которая не требует специальных навыков по работе с печатными машинами. И это оборудование должно иметь разумную стоимость.

— *Говоря об автоматизации, стоит ли рассчитывать, что в ближайшее время благодаря облачным технологиям управлять процессом печати можно будет удаленно?*

— Технологии к этому готовы. Однако печатное оборудование является объектом повышенной опасности, поэтому в любом случае условно кнопку «принт» должен нажимать оператор. И так будет, пока не изменится законодательство. Сейчас же удаленно можно снимать множество показателей, вести мониторинг и даже калибровать устройства, чтобы печатные машины, установленные в разных частях света, могли выдавать печать одинаковых цветов в рамках одного заказа.

— *Это похоже на современный беспилотный автомобиль со второй степенью автономности — когда он уже может ехать сам, но пилот все еще должен сидеть рядом. В этой связи напрашивается вопрос — внедряется ли искусственный интеллект также в управление печатными машинами?*

— По полной программе! На примере нашего оборудования могу сказать, что искусственный интеллект внедрен в программу обслуживания принтеров. Машина сама определяет состояние головок. В зависимости от результата принимает решение, чистить их или нет. После этого она опять оценивает состояние головок и сама принимает решение, как компенсировать нерабочие ноззлы. Раньше всё это делалось вручную. Сделали тест головок, он неудовлетворителен. Почистили, снова посмотрели. Если есть неработающие ноззлы, обращаемся к таблице компенсаций и настраиваем систему, чтобы в итоге получить адекватные цвета.

Вторая ветка развития ИИ в печатных машинах — диагностика. Внутри машины установлено большое количество датчиков, которые определяют состояние принтера. Отчеты удаленно обрабатываются и при необходимости даются рекомендации сервисному центру по устранению или

предотвращению тех или иных неисправностей. Причем, для диагностики анализируется не один принтер. Собираются большие данные со всех аналогичных моделей, и после обработки этих данных искусственный интеллект формирует свои алгоритмы, которые применяет уже к конкретной печатной машине.

— *Если так дело пойдет дальше, то без работы останется не только ваш знакомый, но и сервисные инженеры...*

— Нет, сервисные инженеры останутся, только теперь им будут сразу говорить, что делать.

А вообще задача данной программы — сократить количество ремонтов машин, с ней должны быть проведены профилактические работы до того момента, как она сломается. Предварительная автоматическая диагностика позволит этого добиться. Важно, чтобы подправить оборудование можно было в удобное время, а не тогда, когда делается большой заказ, а при этом случилась поломка. Большие данные и нейронные сети — это будущее, которое уже наступило и в нашей индустрии.

— *В последнее время, когда маржинальность печатного бизнеса существенно снизилась, печатники стали искать источники дохода в оптимизации всего печатного процесса. И это не только стоимость амортизации оборудования, стоимость чернил и прочих расходных материалов. Это и оптимизация обслуживающего персонала, скорость предпечатной подготовки, риски простоя техники по причине внезапного вы-*

*хода из строя. И, как мы видим из Вашего рассказа, производители печатного оборудования также активно подключились к процессу снижения указанных выше издержек путем внедрения искусственного интеллекта и автоматических функций.*

— Это очевидная вещь. Это не только в печати. Подобные примеры можно наблюдать во всех сферах бизнеса.

— *Пользуясь случаем, не могу не спросить Вас про новинки, которые компания Hewlett-Packard выпустила в последнее время.*

— Если коротко, то я бы отметил постепенный переход всех наших латексных принтеров на чернила четвертого поколения с улучшенными свойствами. Среди новых таких принтеров — HP Latex 700 и 800 серий с улучшенными характеристиками, с внедренным юзабилити, о котором мы говорили выше, с белой краской. Также сделали upgrade принтеров R-series, переведя их также на латекс четвертого поколения. И также мы заявили себя как игрока на рынке сублимации, выпустив соответствующие печатные машины, чего раньше у нас никогда не было. Старшая модель в линейке сублимационных принтеров шириной 1,6 м выдает скорость печати до 100 кв. м в час, что весьма немало. Трехметровая модель выдает еще большую скорость.

*Интервью состоялось на SIGNForum-online, проходящего в рамках онлайн-выставки рекламных технологий РЕКТЭК 2021. Беседовал Олег Вахитов.*



Ознакомиться с новым  
HP Latex 800W можно в демозале  
ГК «Автоиним»: [www.hp-latex.ru](http://www.hp-latex.ru)

# Как заработать на широкоформатной печати?

Ответ прост: диверсифицировать услуги, выходить за рамки рекламного бизнеса. На прошедшей онлайн-выставке РЕКТЭК 2021 Андрей Цыганов, директор по развитию бизнеса компании Roland DG в России, СНГ и странах Балтии, поделился интересными кейсами, где маржинальность печатного бизнеса может достигать сотен процентов!

В начале своей презентации Андрей вкратце познакомил слушателей с компанией Roland, её историей. Это важная информация, так как все приведенные им примеры успешного печатного бизнеса можно реализовать на базе надежных печатающих и режущих устройств от Roland DG.

## Почему Roland?

Компания основана в 1981 году, имеет головной офис в Хамаматцу, Япония. Roland имеет порядка тысячи сотрудников во всем мире, акции компании торгуются на Токийской фондовой бирже. Объем продаж в прошлом году составил около 419 миллионов евро, компания прибыльная. Это важный признак стабильности. Если компания прибыльная, значит, у нее есть средства для того, чтобы инвестировать в разработку новых продуктов, инвестировать

в сервис, в поддержание парка запасных частей и всего необходимого для оборудования, которое уже продано и уже эксплуатируется. Для пользователя это показатель надежности.

Многие знают о том, что Roland – это компания, которая производит музыкальные инструменты, она действительно начинала свой бизнес как производитель цифровых музыкальных инструментов. Но как так вышло, что компания, которая занималась оборудованием для творческих людей, вдруг стала делать высокоточное прецизионное оборудование?

У музыкантов есть такая вещь, как партитура, точнее, нотная грамота. Для того, чтобы ее напечатать, раньше ее нужно было сыграть на инструменте и по памяти, благодаря своему музыкальному образованию, музыкальному слуху, ее записать.

Roland сделал такое устройство, которое подключалось к цифровому пианино, и в реальном времени, когда музыкант играл, оно считывало время выдерживания клавиши, усилие нажатия, все педальки и все прочее. Оно захватывало этот цифровой поток и переводило его в другой цифровой поток, на другом языке, который дальше на обыкновенном матричном принтере, который производил Roland, печатался в виде нотной грамоты.

Дальше появились такие устройства, как «графопостроители». Хотя с точки зрения технологии процесса это всего лишь обычный плоттер. Только сейчас в этом плоттере стоит нож, и он режет пленку, а тогда стоял фибровый фломастер, и он мог делать чертежи.



И через матричный принтер и двухкоординатный графопостроитель компания перешла к созданию режущего плоттера. Для производства такого оборудования было создано направление DG, Digital Group.

Сейчас в этом подразделении три основные категории. Color – это все, что связано с цветом, все принтеры — эко-сольвентные и УФ. 3D – это все гравировальные и фрезерные машины. Категория cutting – это все режущие плоттеры и связанные с ними аксессуары.

Важный момент — Roland собирает подавляющее большинство своих моделей на японском заводе. В основу организации труда на заводе заложена концепция «Digital Yatai», которая позволяет одному работнику самостоятельно собирать сложные устройства: от режущих плоттеров до широкоформатных принтеров. Внедренный метод повышает производительность сотрудников и дает возможность без особых сложностей увеличивать штат или же переходить на выпуск новых, более слож-





ных разработок. Впервые система «Digital Yatai» была опробована еще в 2000 году, и продолжает совершенствоваться. Благодаря такому подходу к сборке, к контролю качества на выходе получается крайне надежная техника.

### Классические печатные рынки

Давайте посмотрим, что можно делать, имея такой парк оборудования, привычный на рекламном производстве. Безусловно, традиционно это наружная реклама, POS-материалы, оклейка корпоративного транспорта. Какие проблемы всё отчетливее появляются в указанных сегментах рекламного бизнеса?

В наружной рекламе благодаря появлению на рынке недорогих сольвентных принтеров усилилась конкуренция, что в итоге привело к демпингу и снижению маржи до почти нулевого уровня.

Войти на рынок POS-оформления — также непростая задача ввиду того, что цена входа достаточно высокая, маржа низкая, и в этом секторе приняты отсрочки платежей до 180 дней. При этом требования к качеству выпускаемой продукции довольно высокие. Не каждый сможет при таких жестких условиях заработать.

Корпоративный транспорт. Эта тема кажется более перспективной ввиду всё еще высокого потенциала развития рынка

оформления коммерческого транспорта. Но и здесь из-за демпинга и низкого профессионализма большого количества мелких компаний маржинальность перестает быть интересной для бизнеса.

### Там, где прибыль

Однако есть и альтернативные сферы применения печатно-режущего оборудования. Начнем с оформления частных интерьеров. В настоящее время в стране наблюдается бум на ремонт квартир. При этом заказчики уже не хотят стандартные обои, они хотят индивидуальное оформление. И речь не только об обоях. Это могут быть отдельные графические элементы интерьера. Например, одна компания просто начала вырезать на плоттере кошек, делать готовый стикер, упаковывать его в красивый пакетик и продавать. Маленькая кошка стоит в районе 1000 рублей, полутораметровая — 2500 рублей. Маржинальность — сотни процентов!



Автостайлинг. Простой пример. Часто можно увидеть автомобиль с рисунком на



капоте. Это квадрат пленки, плюс печать, плюс ламинация. Рыночная стоимость заклейки капота в Москве — минимум 15 тысяч рублей. Себестоимость в пять и более раз ниже!

Важно отметить, что высокая маржинальность появляется там, где производятся единичные изделия. В этом сегменте пока невысокая конкуренция, что позволяет удерживать цены на приличном уровне.

Дизайн мебели. Декорирование зеркал, прозрачных перегородок, дверей и т.д. — тоже огромный рынок с высокой долей прибыли на единицу продукции.

Частные подарки. Здесь наценка на единицу продукции существенно выше, чем в B2B, так как продукция производится уникальная, в единичных экземплярах и для личных целей.

Оформление мероприятий — свадеб, юбилеев, детских праздников и прочих торжеств — также довольно прибыльное дело. Это тренд последних лет. На каждое такое мероприятие печатаются пресс-воллы, этикетки, открытки, огромный объем полиграфической продукции. Это тоже крайне эффективно.

Какие выводы можно сделать? Не стоит заикливаться только на рекламном рынке, когда у вас есть принтер, плоттер или что-то еще в этом роде. Вы можете делать много классных вещей — красивых, интересных, а, главное, маржинальных, приносящих вам прибыль, а вашим клиентам — счастье и удовлетворение!



# Андрей Донсков: «Креатив — энергия бизнеса»!

Одним из талантливых и творческих людей является Андрей Донсков, сооснователь РПК «ПЕГАС». Его креативные идеи коснулись целого ряда российских и известных западных брендов, которые мы видим на рекламных вывесках. Добившись максимального успеха и развития в рекламно-производственном бизнесе, сейчас Андрей считает, что самое важное топливо для любого бизнеса — это креатив! Именно через креатив компания транслирует свою основную миссию.



История успешного развития компании «ПЕГАС» насчитывает более 15 лет. И на настоящий момент она может реализовать любую задачу в области рекламного производства. Освоены и внедрены современные рекламные технологии, приобре-

тено новое оборудование, производственные программы на высоте, и для рекламной компании «ПЕГАС» возможно реализовать любую задумку и с высоким качеством воплотить в жизнь даже самую сложную задачу и мечту клиента.

Возникает важный вопрос, который соответствует динамичному руководителю и стратегу: «Куда развиваться и расти дальше?»

Если раньше цели и задачи для РПК «ПЕГАС» состояли в том, чтобы приобрести дорогое современное оборудование и освоить его, то сейчас один из сооснователей в лице Донскова Андрея нацелен реализовывать себя именно в ту область, куда больше лежит душа, в свое истинное предназначение — в креатив!

Учитывая, что современное население избаловано эстетикой визуального восприятия, и это очень важно, такие талантливые и богатые идеями люди, как Донсков Андрей, могут способствовать глубокому и целостному развитию эстетического восприятия у молодежи.

Он планирует также, чтобы его дизайн-студия стала в дальнейшем высококвалифицированной лабораторией, где все юные и молодые таланты смогут себя проявить и реализовать в полной мере.

Яркие, креативные и творческие идеи Донскова Андрея, вдохновляют всех вокруг: его клиентов, сотрудников, друзей и просто знакомых. С ним хотят работать и общаться. Его позитивный настрой всегда впечатляет, а его креативные идеи являются важным топливом для бизнеса!

Мы поговорили с Андреем Донсковым о его новом авторском проекте.

— Андрей, расскажи о своем проекте. Какой ты видишь свою дизайн-студию, лабораторию мечты?

— Я решил создать студию имени себя — это будет дизайн-студия Андрея Донского. В данный момент разрабатывается ее фирменный стиль, брендбук и т. д. Мы среди своих дизайнеров объявили конкурс на разработку логотипа. Есть призовой фонд. Они над этим работают. Один из пунктов задания — использовать ключевые слова в фирменном стиле: «Андрей Донсков», «дизайн-студия» и число «20».

— Дизайн-студия — это понятно, но почему именно 20?

— Это моё любимое число. Я раньше был профессиональным футболистом и играл под этим номером. И если человек — профессионал, то бывшим он быть не может. Я люблю футбол, играю с ветеранами до сих пор и очень люблю это число. Оно очень значимо для меня и везде, как талисман меня сопровождает. Все дни рождения: мое, дочери и супруги, также сопровождаются числом 20. Будет здорово, если ребята смогут органично встроить его в фирменный стиль наравне с другими словами и фразами. Я никак не ограничиваю выбор дизайнеров. Им предоставлена абсолютная свобода творчества с учетом лишь обозначенных выше слов и числа.

— Победитель наверняка перейдет работать в новую дизайн-студию?

— Несомненно. Более того, мы открыты и для нового сотрудничества с новыми талантами, которые ищут себя. Все, у кого есть смелые, яркие творческие идеи, кто готов расти сам и развивать компанию, смогут самореализоваться в новом проекте в полной мере.

— Андрей, не секрет, что в сегменте коммерческого дизайна довольно высокая конкуренция. Как вы планируете, выйдя на этот рынок, идентифицировать себя, выделиться среди конкурентов?

— Благодаря качественной и длительной работе у нас уже сложилась хорошая репутация и авторитет. Мы являемся стабильной и надежной компанией, которой можно доверять. Мы честны, прежде всего,

сами с собой и с нашими партнерами. Благодаря нашему креативному подходу, позитивному настроению, мы преодолели много различных испытаний, кризисов в России. И мы собираемся не просто создавать дизайн, мы будем моделировать проекты будущего, предлагать свои свежие креативные идеи нашим клиентам и безусловно внедрять и сопровождать их полную реализацию. Самое ценное сейчас — это идеи, их визуализация, их целостное воплощение. То есть, мы не планируем предлагать лишь создание логотипов и брендбуков, мы уже давно являемся генератором креатива и основным топливом для любого формата бизнеса. Именно поэтому я решил создать отдельное направление в нашем рекламном производстве, и я бы обозначил услуги нашей будущей дизайн-студии так: лаборатория концептуального дизайна, его реализация и сопровождение «под ключ». Определенный план действий на ближайшее время уже есть. У нас есть идеи, которые мы можем предложить нашим клиентам, и мы очень скоро их озвучим!

— Правильно ли я понимаю, что ваша студия-лаборатория будет заниматься не только графическим дизайном, но и дизайном среды, проектированием различного конструктива?

— Верно, но мы также очень плотно займемся и цифровыми технологиями, связанными с продвижением сайтов, в социальных сетях и т.п. И в этой деятельности будем руководствоваться не только техническими составляющими, но и креативом, дизайном.

— Есть ли уже реализованные кейсы, подобные которым могли бы стать частью услуг новой студии?

— В качестве такого примера можно привести турнир по спортивной аэробике «КУБОК МЕЧТЫ», основными организаторами, идеологами и основоположниками которого, мы также являемся. Компания «ПЕГАС» реализовала и произвела все необходимое для проведения этого очень крупного спортивного турнира на международном уровне. С нашей креативной командой дизайнеров мы придумали с нуля и разработали все идеи — от названия до полной реализации самого крупного российского спортивного проекта в спортивной аэробике. Мы также подарили детям большой и яркий праздник, многим помогли реализо-

вать свою мечту, открыли новые возможности в этом виде спорта. Да и в целом, благодаря нашим свежим креативным идеям и решениям мы провели масштабную презентацию нашей страны и данного вида спорта в целом. Нам принадлежит разработка всей концепции данного турнира: логотипа, наградной атрибутики и пр., а также мы произвели лучший в России гимнастический помост для юных спортсменов по уникальной технологии. Аналогичных турниров в спортивной аэробике ранее не было в России. Подобные проекты могут быть очень интересные и они несут значимый идеологический формат для молодежи. Товарный знак «КУБОК МЕЧТЫ» на настоящий момент по праву принадлежит нам.

— Андрей, насколько мне известно в свои молодые годы ты учился и жил в Нью-Йорке. Твое образование и опыт как-то повлияли на твои взгляды в бизнесе?

— Я действительно шесть лет обучался ведению бизнеса в Нью-Йорке. С дизайном это никак не было связано. Однако все, что я видел там, особенно в индустрии рекламы, безусловно способствовало развитию моего креативного восприятия. До пандемии мы посетили множество специализированных мероприятий и выставок, следили за современными тенденциями и технологиями в мире, также мы были в различных странах на выставке, в том числе и в Лас-Вегасе. И этот город, как и вся страна, впечатляет своим креативом! Как-то давно я говорил, что светодиодные экраны вскоре станут основными рекламоносителями. Так оно и случилось. Также неоднократно ранее я озвучивал, что в скором будущем реклама будет проецироваться прямо в воздухе. Это будет голограмма или какая-либо другая технология, но она придет на смену сложным громоздким конструкциям. Много и других интересных тенденций можно наблюдать в технологии дизайнерской индустрии. И я верю, что наша рекламная компания «ПЕГАС» и моя дизайн-студия, или иными словами, творческая лаборатория креатива, реализует множество значимых и ярких идей, важных для людей всей страны и, что очень ценно, для перспективных и юных талантов. И я искренне хочу пожелать нам удачи в новом и важном стратегическом векторе развития нашей компании «ПЕГАС», в добыче креативного топлива для развития бизнеса любого формата.

**BON/SENS**

Управление рекламным предприятием



**BON SENS start** - ЛЁГКИЙ ШАГ К ПОЛНОЙ  
АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ  
РЕКЛАМНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ



# BON SENS start — лёгкий шаг к полной автоматизации управления рекламным предприятием

## Основные задачи пакета Bon Sens start

Максимально упростить процесс настройки и запуска программы на предприятии.

Ещё больше упростить процесс прохождения заказа на предприятии, от расчёта стоимости до запуска его в производство.

Помочь рекламно-производственным компаниям стандартизировать применяемые на производстве технологии изготовления продукции.

Подготовить компанию к переходу в полную версию Bon Sens.

## Основные функции программы

Помощь в выявлении потребностей клиента — Регистрация заказа — Расчёт стоимости — Подготовка коммерческого предложения — Регистрация оплаты — Передача заказа в производство — Распределение заказа на производстве по участкам.

## Интеграция с сервисом Bon Sens Assist

Сервис Bon Sens Assist <https://asssist.com> поможет предоставить клиентам рекламно-производственной компании расширенный выбор продукции, производимой предприятием. Выявить потребность клиента, принять заказ и загрузить в Bon Sens start бриф-заявку, на основании которой будет проведён расчёт стоимости изделия.

## База технологических узлов и шаблонов изделий

Программа комплектуется уникальным каталогом технологий (375 позиций), применяемых в производстве рекламных конструкций и стандартных изделий. Информация в каталоге систематизирована, собрана в одну базу, имеет описание и визуализацию, что упрощает обучение менеджеров компании, а также помогает проводить точные расчёты стоимости и передавать полную информацию при запуске заказа в производство.

## В комплектацию входит:

- ✓ база применяемых в производстве материалов и комплектующих;
- ✓ прайс на услуги печати по рулонным и листовым материалам, фрезеровке и лазерной резке;
- ✓ тарифы расчёта сдельной заработной платы производственных рабочих;
- ✓ обновлённый каталог технологических узлов, применяемых для моделирования и расчёта стоимости различной сложности световых и несветовых конструкций, в том числе с технологией жидкого акрила;
- ✓ шаблоны готовых изделий, производимых рекламно-производственными предприятиями (от табличек до различных видов световых букв).

## Настройка и запуск программы

Новые сервисы настройки Bon Sens start, укомплектованные заполненными справочниками и настроенными печатными формами документов, позволяют значительно упростить запуск программы. Также в пакет Bon Sens Start включена услуга экспресс-внедрения программы. Новая услуга — это уроки обучения настройки программы, которые для вас проведут наши специалисты. Каждый урок предусматривает онлайн обучение по специально разработанному плану внедрения и домашнее задание по теме урока.

## Поставка

Пакет программы Bon Sens start доступен клиентам в облачной (скоро) и коробочной версиях.

Официальный дистрибьютор Bon Sens на территории России:  
+7 (495) 234-7494 [maksutov@ridcom.ru](mailto:maksutov@ridcom.ru) [www.bonsens.ru](http://www.bonsens.ru)  
ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»



Изготовление  
совместно  
с @arsenalstilmebel  
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



Ставрополь, Ломоносова, 25  
@artburo26

**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 ЗМ.

**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****PITON**

+7 (495) 118-27-77

ботогиб.рф

Оборудование для производства букв из жидкого акрила. Жидкий акрил АкрилON.

**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****HP Inc.**

+ 7 (499) 921-3205

www.hp.ru

HP Inc. создает технологии, которые делают жизнь лучше - для всех и повсюду. Ознакомьтесь с принтерами для интерьерной печати HP Latex и для сублимационной печати HP Stitch на онлайн-выставке РЕКТАЭК 2021.

**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.

**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.

**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.

Б-МАТ  
ДИИ, БИЗНЕС  
КЕТИНГ, СОЗДАНИЕ  
АНИИ, ПРОДВИЖЕНИЕ БР

28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

# РЕКЛАМА

«Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы»

**18-21 ОКТЯБРЯ 2021**

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

ЕЧАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОБ  
ОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕН  
МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ  
АНИИ, ПРОДВИЖЕН  
МАТЕРИАЛЫ, М  
БЕС-СУ

Организатор



Реклама



При поддержке



Под патронатом



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