

НАРУЖНАЯ



издание для производителей рекламы

#148 октябрь 2022 | технологии | тренды | практики | люди | компании



ELF

**БОЛЬШЕ,
ЧЕМ ПРОСТО
ПОСТАВЩИК
СВЕТОТЕХНИКИ**



Бренд № 1 • 25 лет на рынке • 20 региональных складов • 7 500 000 модулей на складе • 30 000 ежемесячная отгрузка БП
Более 5 000 клиентов • Энергоэффективность до 180 лм/Вт • Экономия до 50% • 6 оттенков белого цвета • Гарантия до 5 лет
Своя тестовая лаборатория • Программа расчета вывесок ElfWizard • Международный стандарт качества

СОПРОТИВЛЯЕМСЯ СТАГНАЦИИ

В турбулентные времена важно не впадать в ступор, а продолжать действовать, пусть иногда и в направлении тумана. Приятно осознавать, что в нашей индустрии жизнь продолжается. Ярким подтверждением тому стало активное участие рекламно-производственных компаний в Конкурсе визуальной рекламы ЗНАК. На страницах текущего номера мы публикуем шорт-лист участников, чтобы вызвать некоторую интригу и томительное ожидание итоговых результатов. По традиции призы Конкурса ЗНАК объявляются на самом масштабном живом мероприятии для производителей рекламы — SIGNForum, который в этом году проходит с 25 по 28 октября в спа-отеле «Солнечный» в Подмосковье. Шорт-лист составляется из пяти работ в каждой номинации, получивших максимальный средний балл по итогам онлайн-голосования жюри. Кстати, в этом году жюри состояло из 13 представителей разных компаний — преимущественно федеральных заказчиков рекламы. И в целом уровень конкурсных работ весьма достойный, что дает надежду на то, что рынок, как минимум, активно



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

сопротивляется стагнации. А чтобы сопротивление было еще более эффективным, не забывайте пополнять свои знания новой полезной информацией, публикующейся в каждом выпуске вашего отраслевого журнала «НАРУЖКА. Издание для производителей рекламы».

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 1.000 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:

СТМ
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
Арт-Бюро
Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом Водников»

РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

СТМ —светотехника ELF — 1-я обложка
LIYU Russia — широкоформатные принтеры LIYU PLATINUM — 5
НОВАТЕХ — инновационные материалы для рекламы — 15
РУССКОМ — оборудование для сублимационной печати — 16
Техно-Графика — УФ-принтеры Docan — 20
MAKSILED — светотехника — 22
Академия рекламного бизнеса —программы для РПК — 24
PITON —бортогибы — 4-я обложка

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

Еще больше информации:

www.ridcom.ru
Электронный архив журнала
naruzhka.rf
Подписка на журнал
Цены на рекламу в журнале
www.signbusiness.ru
Отраслевой портал о визуальной рекламе
<https://t.me/naroozhka>
Telegram-канал.



КОНКУРС ВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

9

Шорт-лист

Определены финалисты конкурса визуальной рекламы «ЗНАК» 2022 года. В шорт-лист вошли работы участников, получившие максимальный балл по результатам онлайн-оценки жюри. Призеры выбираются путем живого обсуждения и голосования из работ из шорт-листа.



События

- 4 Новости
- 6 Деловая программа выставки «РЕКЛАМА»
- 9 Шорт-лист Конкурса ЗНАК

Теория

- 14 UV-LED vs Latex

Продукты и решения

- 15 Инновационные материалы от NOVATECH
- 16 Сублимационная печать с «РУССКОМ»
- 20 УФ-принтер DOCAN H3000
- 22 Светотехника с рабочим напряжением 24В

Развитие бизнеса

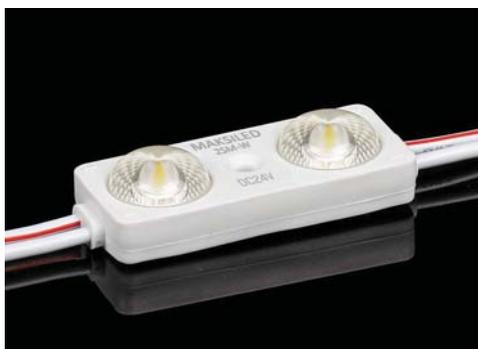
- 24 Программа FORRA.price
- 26 Сделка или оклад?
- 28 Учебный центр «ПЕГАС»

Где купить

- 31 Список компаний

Актуальный переход на модули 24 В

Компания MAKSILED ввела новый стандарт светодиодных модулей с рабочим напряжением 24 В. На практике это означает, что у рекламно-производственных компаний появились и новые возможности экономии при производстве вывесок и других рекламных конструкций.



Если ранее общепринятым стандартом считались светодиодные модули, ленты, флекс-неон с питающим напряжением 12 В, то сейчас можно ответственно заявить, что будущее — за обновленным форматом светотехники.

В частности, сегмент 24-вольтовых модулей теперь на рынке представлен продукцией MAKSILED — модулями с двумя светодиодами наиболее современной и практичной серии SM. Предложены все цвета свечения: белый, красный, синий, зеленый, желтый.

В модулях с рабочим напряжением на 24 В используются высокоэффективные светодиоды на повышенное напряжение. Отсюда — основное преимущество: при одинаковой мощности светового элемента у модулей на 24 В и 12 В, у первых ток в цепи — в два раза меньше. Это значит, что сечение используемых проводов можно уменьшать в два раза, тем самым сокращая общую стоимость реализации проектов. Применение 24-вольтовых светодиодных модулей — это и большая свобода действий. С одного конца можно

подключать цепи (линии) в два раза длиннее без потери яркости элементов; есть возможность использовать удлиненные провода. Это бывает необходимым довольно часто — когда объект подсветки расположен достаточно далеко от источника питания.

Конечно же компания по-прежнему предлагает широкий ассортимент классических модулей 12 В — от топовых универсальных серий до эксклюзивных моделей для нестандартных задач. Старт продаж новых модулей с напряжением 24 В — это многообещающее начало и, своего рода, прорыв на рынке светодиодных решений.

В планах MAKSILED — расширение линейки. В премиальных сериях достоинства нового формата будут сочетаться со всеми техническими инновациями компании, например, системой стабилизации по току Constant Current.

Подробнее об этой новинке, а также о другой светотехнике MAKSILED на 24 В читайте в статье на стр. 22

Компания Onyx Graphics объявила о выпуске новых профилей ONYX для принтеров Mimaki, включая UCJV300, JV300-160 Plus и CJV300-150 Plus.

Новые профили ONYX для принтеров Mimaki

Новые профили охватывают четырехцветные, восьмицветные и специальные конфигурации чернил для длинного списка типов носителей, включая клейкий винил, баннер, холщовую фотобумагу, бэклит и прозрачную пленки. Новые профи-

ли теперь доступны с ONYX 22 и обратно совместимы с ONYX 21.1 и ONYX 21. Пользователи ONYX могут получить доступ к этим профилям через принтер ONYX и менеджер загрузки профилей во время установки ONYX или вручную.



SignForum '22

С 25 по 28 августа проходит 15-й международный форум производителей наружной и широкоформатной рекламы — SIGN FORUM 2022.

На SIGNForum 2022 соберутся более 250 делегатов из трех стран

Это событие организует компания СТМ, представляющая на российском рынке популярную марку светотехники для рекламы — ELF.

На мероприятие приедут более 250 участников из 40 городов России, Монголии и Казахстана. В программе форума пройдут мастер-классы, выступления с интересными и актуальными темами от ком-

паний-поставщиков и руководителей РПК.

Также в финале форума пройдет церемония награждения Конкурса визуальной рекламы ЗНАК, на которой будут объявлены призеры. Приятным завершением мероприятия для всех гостей станет вечеринка в стиле 90х.

РУЛОННЫЕ ПРИНТЕРЫ для сольвентной и УФ-печати

КОМПЛЕКТАЦИЯ ПОД ВАШИ ЗАДАЧИ



ШИРОКОФОРМАТНЫЙ ПРИНТЕР **PLATINUM PCT**
для КАЧЕСТВЕННОЙ ПЕЧАТИ в режиме 24/7

тип чернил: сольвент / экосольвент / УФ
разрешение: до 2880 dpi
скорость печати: до 220 м²/ч
ширина печати: 3200 мм

до 7 цветов: CMYK + Lc + Lm + W (только УФ)
печатные головы: Konika Minolta 1024i / Ricoh Gen5|6
количество печатных голов: от 4 до 14
объем капли: 13 pl / 7 pl / 5 pl

PLATINUM
БЛАГОРОДСТВО В ДЕТАЛЯХ

+7 495 196 7711
www.liyuprinter.ru

Fujifilm анонсирует новый гибридный принтер Acuity Ultra Hybrid LED

Acuity Ultra Hybrid LED уме-
ло обрабатывает как жест-
кие, так и гибкие носители
на одной платформе,
изготавливая отпечатки с
разрешением до 1200 x
1200 точек на дюйм.

Acuity Ultra Hybrid LED оснащен столами для загрузки и выгрузки носителей с уникальной текстурированной поверхностью стола, предназначенной для оптимизации подачи и выравнивания жестких носителей. Прочный фиксирующий механизм защищает от случайного повреждения, а надежная фиксация обеспечивает точность подачи материала на протяжении всего тиража. Графический пользовательский интерфейс (GUI) имеет те же конструктивные

особенности, что и в Fujifilm Acuity Ultra R2, и включает дополнительные функциональные возможности для работы с жесткими носителями — до шести листов одновременно.

Интеллектуальная система управления вакуумом автоматически включает нужные вакуумные зоны, необходимые для любого задания печати, в зависимости от ширины носителя, а мощность вакуумного двигателя постоянно регулируется для поддержания оптимального удержания носителя, независимо от типа и размера носителя, обеспечивая точную и высококачественную печать.

Специально сконструированный воздушный вал обеспечивает функциональность двойного рулона — два рулона материала разного диаметра (каждый до 14 дюймов) могут работать одновременно.



Деловая программа выставки РЕКЛАМА 2022

24 октября

Церемония официального открытия «Российской промышленной недели-2022», пресс-подход, ВИП-обход экспозиции
11:00-11:55 Павильон №2, Синий зал

11-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «МАТРИЦА РЕКЛАМЫ 2022»
КОНФЕРЕНЦИЯ «СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В ПЕРИОД ЖЕСТКИХ САНКЦИЙ: АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И НЕСТАНДАРТНЫЕ ПОДХОДЫ»
11:00-17:30 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «А»

11:00-12:30 Стратегическая сессия: «Тектонические сдвиги рекламного мира: Какие стратегии позволяют устоять рекламному континенту России»
13:00-15:00 Круглый стол: Будущее РПК «Векторы развития рекламно-производственного направления, как системообразующего звена рекламного рынка»
15:00-17:30 Фокус-сессия: наружная реклама «Трансформация рынка OUT OF HOME в ситуации жесткого санкционного прессы запада»

11-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «МАТРИЦА РЕКЛАМЫ 2022»
КОНФЕРЕНЦИЯ «ДЕНЬ VTL-РЕКЛАМЫ. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ»
11:00-18:00 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «Б»

11:00-13:00 Фокус-сессия: «Потребитель и технологии коммуникации в новых условиях»
«И снова здравствуйте»: как изменился потребитель под влиянием событий 2022 года и к чему готовиться в будущем?

13:30-15:30 Фокус-сессия: «Каналы и инструменты VTL-рекламы 2022-2023»
16:00-18:00 Фокус-сессия «Дизайн, визуал и продающий контент 2023»

25 октября

11-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «МАТРИЦА РЕКЛАМЫ 2022»
КОНФЕРЕНЦИЯ «ПРОМО И СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ РПК»
11:00-18:00 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «А»

11:00-13:00 Фокус-сессия: «Брендинг территорий 2023: уникальность объектов, приносящая прибыль РПК»
13:30-15:30 Фокус-сессия: «Новый взгляд на старые сувениры: свежий дизайн, каналы продаж, производство»
16:00-18:00 Фокус-сессия: «Больше, чем промо: POS-материалы для эффективных продаж»

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ «РОССИЙСКАЯ РЕКЛАМА-2022: вызовы, приоритеты, законы»
11:00-12:30 Павильон №8, Конференц-зал, 1 этаж

Темы для обсуждения:
Рекламный рынок в современных условиях: вызовы, тенденции, прогнозы
Приоритеты законодательного регулирования рекламного пространства

11-Й МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «МАТРИЦА РЕКЛАМЫ 2022»

КОНФЕРЕНЦИЯ «ДЕНЬ DIGITAL-МАРКЕТИНГА. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ»

11:00-18:00 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «Б»

11:00-13:00 Фокус-сессия: «Ключевые проблемы, тренды и стратегии DIGITAL-продвижения в эпоху перемен»

13:30-15:30 Фокус-сессия: «Импортозамещение в DIGITAL: какие инструменты использовать в продвижении и как делать это грамотно?»

16:00-18:00 Фокус-сессия: «Все новое — хорошо забытое старое? Уход западных DIGITAL-площадок, как шанс для прорыва в родных соцсетях»

26 октября

Конференция «ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ И ДЕКОРИРОВАНИЕ ТЕКСТИЛЯ»

11:00-14:00 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «А»

Информация о современных решениях для производства цифрового текстиля, а также об актуальных бизнес-практиках и текущей ситуации на рынке. О своих проектах и производствах по выпуску текстильной продукции расскажут лидеры рынка, представители компаний, уже не первый год занимающихся разработкой и выпуском текстильных изделий.

Форум «Новые вызовы — новые возможности! Современные технологии в рекламной индустрии.»

14:30 — 18:30 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «А»

14.30-15.15 Лекция: «Virtual Production — от идеи до релиза за 7 дней: передовые технологии в индустрии рекламы.»

15.30-16.30 Круглый стол: «Как современные технологии изменили подход к производству аудиовизуального контента. Применение технологии Virtual Production от рекламных роликов до прямых эфиров.»

16.45-17.15 Презентация: «ЗАБОТА о клиентах. Применение современных цифровых технологий в основных инструментах коммуникации с клиентами: программа лояльности, геймификация, инструменты продаж.»

17.30-18.30 Круглый стол: «Как новые вызовы ежедневно расширяют возможности производства контента. Перспективы технологического развития креативной индустрии в новой реальности.»

Всероссийская встреча отечественных производителей сувенирной и презентационной продукции «Держава Мастеров»

14:00-18:00 Павильон 2, Зал 2, конференц-зал «Б»

Организаторы: Международная ассоциация презентационной продукции МАПП, АО «ЭКСПОЦЕНТР»

27 октября

Конференция «Как полиграфисту начать бизнес в текстильной печати»: где деньги в текстильной печати и есть ли они там

10:00 Павильон №2, зал 2, конференц-зал «А»

Сейчас сегмент текстильной печати стал точкой роста для многих компаний, и те, кто занимается полиграфией, видят для себя возможность диверсификации бизнеса. Конференция будет полезна типографиям и рекламно-производственным компаниям, заказчикам рекламы, производителям одежды, дизайнерам интерьера, заинтересованным в использовании цифровых инноваций в области печати по тканям.



В программе возможны изменения и дополнения, последнюю версию программы можно посмотреть тут:

<https://www.reklama-expo.ru/ru/events/>

или по QR-коду справа



НАРУЖКА >

издание для производителей рекламы

Здесь подписка на журнал и
условия размещения рекламы



Здесь читаем интересные
материалы и обсуждаем



Здесь всё сразу!



Профессионально. Актуально. Полезно



КОНКУРС ВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Шорт-лист 2022

Определены финалисты конкурса визуальной рекламы «ЗНАК» 2022 года. В шорт-лист вошли работы участников, получившие максимальный балл по результатам онлайн-оценки жюри. Призеры выбираются путем живого обсуждения и голосования из работ из шорт-листа.

Номинация:
Оформление
торгово-
развлекательных
заведений



Точка (Чайковский)
Оформление ТРЦ KazanMall



Ником реклама (Нижний Тагил)
Торгово-развлекательный центр Veer Mall



ActiveDesign (Москва)
Комплексное оформление ТЦ «Город»



ActiveDesign (Москва)
Оформление фасада ТЦ «Пеликан»



Реклама-Центр (Набережные Челны)
Русский драматический театр «Мастеровые»

Номинация:
Оформление
магазинов
розничной
торговли



ReSeM (Москва)
Оформление магазина O:SPACE



ЛазерСтиль (МО, Люберцы)
Галерея XIAOMI



Лабиринт (Москва)
«Магнит», комплексное оформление



Ником реклама (Нижний Тагил)
«Магнит Семейный», химическая тематика



ГК РОСТ (Новосибирск)
Презентация Coca-Cola

Номинация:
Оформление
предприятий
общественного
питания



DL group (Уфа)
Оформление кондитерской «Смена вкуса»



Ректайм (Якутск)
Оформление ресторана «Зеркалье»



Неон-арт (Казань)
Путейный дом 100 DAL



Пластика (Воронеж)
PIZZA VOLANTE во Внуково



Фасад и Интерьер (Мурманск)
Bazar hall — оформление ресторана

Номинация:
Оформление
предприятий
сферы услуг



DL group (Уфа)
Оформление пункта сортировки отходов



DL group (Уфа)
Входная группа и навигация для Новошколы



Неон-арт (Казань)
АВТОСЕТЬ.РФ



Ректайм (Якутск)
Оформление интерьера «КВАНТОРИУМ»



Ником реклама (Нижний Тагил)
Физкультурно-оздоровительный комплекс

Номинация:
Оформление
АЗС



Рекламно-производственная
компания (Барнаул)
Комплексное оформление АЗС «NAFTA 24»



Рекламно-производственная
компания (Барнаул)
Комплексное оформление АЗС «ЮНИГАЗ»



Арт-Мастер, производство
качественных вывесок (Пенза)
Новый формат АЗС «Апельсин»



РПК ПАРТНЁР БИЗНЕСА (Пенза)
*Комплексное оформление автоматической
АЗС MSK*



КомпАС (Пенза)
АЗС «СОЮЗ»

Номинация: Навигация



Неон-арт (Казань)
Набережная Казанки



ActiveDesign (Москва)
Навигация для ТЦ «Времена года»



Бодрый дизайн (Красноярск)
*Навигация в ландшафтном парке
«Торгашинский хребет»*



Пластика (Воронеж)
Орлово гнездо Заповедная Мордовия



Студия уникальных проектов
(Екатеринбург)
Street art line г. Екатеринбург

Номинация: Стелы и крышные установки



Лабиринт (Москва)
Стела «ЛАБИРИНТ»



ART-COM (Новокузнецк)
Стела «Шахта Юбилейная»



Студия уникальных проектов
(Екатеринбург)



Студия уникальных проектов
(Екатеринбург)



Моторр (Хабаровск)
Гонконг в центре Хабаровска

Номинация:
Праздничное
городское
оформление



ГК РОСТ (Новосибирск)
Фестиваль «Динотерра»



ГК РОСТ (Новосибирск)
Оформление бизнес мероприятия
в Абу-Дави для компании NL



РПФ Студия Щорс!
(Петропавловск-Камчатский)
Малая форма «Я люблю Северо-Курильск»



МНОГОВЫВЕСОК.РФ (Уфа)
Комплексное новогоднее оформление



Студия уникальных проектов
(Екатеринбург)
Фонарная группа «Световое дерево»

Номинация:
Гибкий
неон



Лагуна (Анапа)
Боулинг клуб



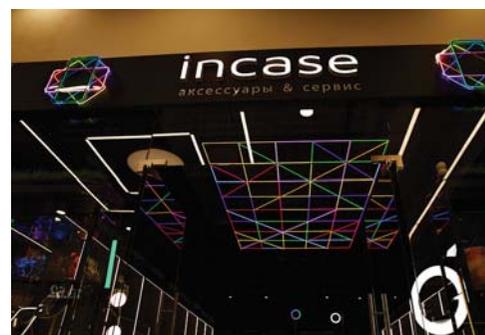
РТ групп (Екатеринбург)
Оформление коворкинга «Мотив»



Точка (Чайковский)
Интерьерное оформление семейного
ресторана Teika Boom by Ksenia Borodina



Фасад и Интерьер (Мурманск)
Неоновое изобилие — это вывески для
кухонь мира ресторана Bazar hall



Фасад и Интерьер (Мурманск)
Неоновый потолок incase

UV-LED vs Latex.

Сравнение Mimaki

Компания Mimaki Engineering Japan провела собственные тесты УФ-печати и латексной, чтобы ответить на вопрос «Какая технология печати лучше всего помогает вам достичь ваших целей в области устойчивого развития?»

Все больше и больше экологичность становится важным фактором при выборе технологии печати. Задачи, которые ставятся правительствами развитых стран в борьбе с изменением климата, влияют и на полиграфическую отрасль. Новые технологии делают современные принтеры более экологичными, чем в прошлом. Однако существуют различия между технологиями печати, которые в итоге определяют степень воздействия на окружающую среду. Компания Mimaki сравнила УФ-печать и латексную в нескольких областях, чтобы выяснить, в чем их отличие и какая из них наиболее экологична.

Уровень выбросов CO2

УФ-печать — это технология с низким уровнем выбросов CO₂, который достигается благодаря низкому энергопотреблению и более долговечным печатающим головкам (предотвращающим выбросы CO₂ при переработке / разрушение термических чернил).

Латексная печать производит CO₂ в 10 раз выше по сравнению с УФ-печатью.

Потребление энергии

УФ-печать имеет низкое энергопотребление. УФ-чернила при воздействии ультрафиолетового света немедленно высыхают. Сушильный нагреватель не требуется, что приводит к низкому энергопотреблению.

УФ-печать потребляет примерно в 6 раз меньше энергии в сравнении с латексной печатью.

Для **латексной печати** требуются предпечатные и послепечатные нагреватели для отверждения носителя. Это приводит к гораздо более высокому потреблению энергии по сравнению с УФ-печатью. Требуется больше времени прежде, чем окончательный отпечаток будет готов.

Расход чернил

УФ-печать расходует в 3 раза меньше чернил по сравнению с латексной печатью, в 2 раза меньше белых чернил. Кроме того, УФ-печать белыми чернилами в 2 раза быстрее. И цена чернил также ниже.

УФ-печать потребляет намного меньше чернил во время промывки (цикл технического обслуживания) по сравнению с другими решениями для печати. Технический расход УФ-чернил на 17% меньше, чем латексных.

Латекс расходует много чернил при промывке между заданиями печати. Отходы чернил вредны для окружающей среды и приводят к неоправданно высоким общим затратам на чернила.

Расходные материалы

УФ-печатающие головки служат долго. Они имеют стандартные 2 года гарантии. Печатающие головки также обеспечивают стабильную цветопередачу, и нет необходимости в частой повторной калибровке.

Латексные печатающие головки являются расходным материалом, подлежащим замене после использования не более

6 л чернил. Латексные печатающие головки требуют частой рекалибровки.

Влияние на окружающую среду

В процессе **УФ-отверждения** любые вредные вещества из жидкого состояния УФ-чернил преобразуются непосредственно в твердую структуру и становятся полностью безвредными и безопасными.

Светодиодный **УФ-источник** безопасен, поскольку он не излучает короткие волны, которые генерируют озон.

Латексные чернила на 70% состоят из воды. Поэтому они считаются более безопасными и для окружающей среды. Латексные чернила Mimaki также имеют сертификат GREENGUARD Gold для безопасного использования внутри помещений.

Выбор носителей

УФ-печать — это очень гибкая и универсальная технология печати, которая обеспечивает гораздо более широкий выбор материалов для печати:

— Подложки с покрытием и без покрытия.

— Ткань, металлическая фольга, термочувствительные материалы и другое.

— Жесткие материалы (УФ-печать на планшете), такие как акрил, дерево, металл, стекло и пенокартон.

Латексные чернила водонепроницаемы и наносятся на различные носители, такие как винил без покрытия и ПВХ. Однако тепло, участвующее в процессе латексной печати, ограничивает диапазон но-

Инновационные материалы для рекламного оформления

Компания «НОВАТЕХ» предлагает инновационные материалы для премиального рекламного оформления, а также для применения на особых поверхностях. Кроме того, с этими материалами удобно и просто работать — справится даже новичок.

Уникальные свойства предлагаемых пленок позволяет использовать их, начиная от наклеек на экраны сотовых телефонов, заканчивая стенами помещений. Они не оставляют следов, не требуют особых навыков по установке и позволяют менять дизайн за несколько минут.

Также стоит сказать, что приоритетом для «НОВАТЕХ» всегда является высокое качество продукта, поэтому специалисты компании поддерживают своих клиентов на всех этапах эксплуатации материалов и готовы делиться собственным опытом.

Более подробную информацию о преимуществах вы можете изучить на нашем сайте:

<https://magnitvinil.com/>

или позвонив по телефонам:

тел +7(968)632-93-95

тел +7(495)374-64-68



Компания — член Международной Ассоциации Маркетинга в Ритейле



Пленка NOVALight
White Transparent
Лучший выбор для оформления стеклянных поверхностей и металла

- Эластичная
- Прочная
- 99% прозрачности

Не оставляет следов при демонтаже

Ферропленка NOVAfilm
магнитная основа
Идеально подходит для оформления магазинов.

Монтаж до 5-ти слоев позволяет менять имидж за секунды и сообщать о скидках и акциях.

Пленка Easy Jet
White Transparent
Пузыри воздуха выходят через микро-каналы между присосками

Подходит для любых поверхностей

Не оставляет следов при демонтаже

Крепится без воды и клея

Пленка Spider
White Transparent
Стекло, акрил, краш, дерево, АКП

Агдезия через 6 месяцев после установки

Светорассеивающая Пленка NOVAbacklit
White Transparent
Применяется в световых коробках и ультратонких лайтбоксах

Без клеевого слоя

Пленка с магнитным основанием MAGNOfilm
Для металлических поверхностей (банкоматы, терминалы, холодильное оборудование)

многоцветное использование

NOVAtextile

Полиэстеровая ткань для рекламного оформления интерьеров магазинов.

Можно складывать, не возникает заломов.

Не поддерживает горение

Ткань предназначена для внутренней подсветки (бэклит) и внешней подсветки (фронтлит)

Сублимация расширяет возможности печатного производства

Один из способов увеличить объем заказов — расширить спектр услуг. Идеальный вариант, когда расширение происходит в рамках ваших же компетенций без необходимости приобретать новые. Если у вас печатное производство, присмотритесь к сублимационной печати. Специалисты компании «Русском» рассказали, какие возможности открывает сублимация, и как на этом заработать.

Больше возможностей с сублимационной печатью!

Сублимация — это технологический процесс, при котором изображение наносится на тканевую основу, содержащую свыше 60% полиэфирных волокон. При этом сублимационный краситель в большинстве случаев вначале наносится на промежуточный носитель — бумагу, а затем с помощью термопресса под воздействием высокой температуры переносится на полиэфирный носитель. Основные составляющие термопереноса: печатный плоттер, термопресс, а также специальная бумага в качестве промежуточного носителя и ткань с содержанием полиэфира. В случае сублимации происходит глубокий прокрас волокон ткани, что гарантирует отличную стойкость изображения ко всем внешним воздействиям.

Сублимационную печать можно также осуществлять на твердые поверхности, но в этом случае на них предварительно необходимо нанести прозрачный полиэфирный состав, поэтому такое применение чаще всего встречается в сувенирной индустрии, где требуется небольшая площадь запечатки на кружках, ежедневниках, сумках и т.д.

Наиболее широкое же применение сублимация находит в печати на тканях. Мария Кулигина, менеджер по работе с клиентами компании «Русском», комментирует: «Раньше сублимационная печать не позволяла воспроизводить изображения с высокой детализацией, так как при термопереносе чернильная капля как бы расплющивалась. Сейчас же Mimaki ставят в свои принтеры головы, которые позволяют устранить эту проблему, повышая уровень детализации изображения. И это су-



щественно расширяет сферу применения сублимационной печати. Печать на текстиле также активно используется на рекламном рынке, поскольку есть некоторые ограничения по использованию в интерьере сольвента, ПВХ-баннера. В этом случае используются ткани. Они легче, их удобнее монтировать, можно использовать несколько раз. Ткани хорошо ведут себя в жару и на морозе в отличие от винила. Практически во всех областях жизни так или иначе присутствуют ткани. К тому же всё возрастает запрос на экологичность. Сублимация не выделяет запахи, как при печати, так и на готовых изделиях. Сублимация выдерживает стирки и перепады температуры. Поэтому ткань с сублимаци-

онной печатью можно использовать как в рекламе на улице, так и внутри помещений. Часто можно увидеть использование печати на мягкой мебели, на декоративных подушках. Флаги и транспаранты тоже эффективно изготавливать с использованием сублимации. Уличные палатки, зонты, оформление кафе и других общественных мест. Можно декорировать туристические палатки, спальные мешки. Сублимация идеально подходит для изготовления спортивной и рабочей одежды. Школьные товары — рюкзаки, пеналы, мешки для обуви — также могут быть украшены изображениями с помощью сублимационной печати. В интерьерах сублимация применяется на шторах, в обивке мебели, на

покрывалах, чехлах, скатертях и т.д. Учитывая экологичность технологии, её широко применяют в детских товарах: в производстве верхней одежды, игровых ковров, мягких игрушек, детских колясок. Широкое применение сублимация находит и в производстве декоративных тканей — можно запечатывать целые полотна со своим индивидуальным рисунком и продавать для различных целей».

Таким образом, сублимационная печать позволяет поднять на более высокий уровень предложения для рекламного рынка, а также выйти за его пределы, предлагая услуги и продукцию как для B2B-рынка, так и для массового потребителя.





Сублимационный принтер Mimaki TS100-1600

Оптимальное оборудование для сублимации

«Для начального уровня лучше подходит **сублимационный принтер Mimaki TS100-1600**, а для расширения печатного производства — Mimaki TS55-1800. — Рекомендует Грант Коштоян, ведущий менеджер по продажам оборудования компании «Русском». — Принтеры собраны на идентичных печатных головках. Разница в ширине загружаемых материалов, скорости печати и разрешении».

Принтер Mimaki TS100-1600 печатает с максимальной скоростью 70 кв.м в час на

рулонах шириной до 1620 мм. Благодаря неприлично низкой цене для текстильных принтеров позволить его может даже относительно небольшая производственная компания.

Mimaki TS55-1800 печатает в два раза быстрее на носителях шириной до 1,94 м. Эта машина предназначена для тех, чей объем заказов требует более высоких производственных мощностей при более низкой себестоимости продукции. Именно поэтому в плоттере предусмотрена установка десятилитровых бутылей с чернилами, которые на 35% дешевле двухлитровых упаковок (в расчете на 1 литр).



Каландровый масляный термопресс SUPERTEX SOT-64H

«Для текстильных принтеров Mimaki сделали оригинальные чернила, которые стоят столько же, сколько альтернативные. — Рассказывает Мария Кулигина. — В результате мы получаем низкую себестоимость печати и надежную работу оборудования, поскольку оригинальные чернила в точности заточены под работу с данным оборудованием. Вся система работает идеально, она закрыта, не позволяет попадать воздуху, пыли, грязи. Руки оператора всегда чистые — не нужно выливать чернила через всякие воронки, разводить грязь».

Другим важным компонентом в цепи сублимационной печати является термопресс, который может быть как плоским, так и в виде каландра. Для термопереноса больших изображений используются именно каландровые термопрессы. Не так давно на склад компании «Русском» поступил **каландровый масляный термопресс SUPERTEX SOT-64H**.

Среди особенностей данного каландра, которые делают его эффективным звеном в производстве сублимационной печати, можно выделить следующие:

- Наполнение барабана маслом способствует более стабильной температуре на поверхности барабана.

- В каландре используется высококачественный фетр, что гарантирует стабильность размеров материала при высоких температурах — при 250 °C термоусадка составляет менее 1%.

- Система постоянного контроля положения фетра постоянно удерживает его по центру вала, избавляя оператора от необходимости регулировки его положения.

- Система намотки ткани и отработанной бумаги с рулона на рулон упрощает работу оператора

- В каландре предусмотрена верхняя подача материала, что обеспечивает его точное позиционирование и снижает частоту сбоев.

В целом каландровый масляный термопресс SUPERTEX SOT-64H — это достаточно производительная машина, которая не требует частого вмешательства в свою работу оператора, и довольно неприхотливая по части условий эксплуатации и занимаемого пространства.

Зарабатывать на сублимации с «Русском» легко и просто

Как уже было сказано выше, сублимационная печать позволяет выходить на самые разные рынки, производя продукцию с более высокой маржинальностью, чем традиционная печать, например, на баннере. Себестоимость печати с учетом стоимости оригинальных чернил и бумаги получается от 60 до 70 руб. за квадратный метр. Цена не учитывает стоимость ткани, потому что тут у вас появляется выбор. Вы можете купить ткани у любого поставщика в широком диапазоне цен. При сублимационной печати вам не требуются специальные материалы, достаточно, чтобы они соответствовали обозначенным выше условиям (содержание в составе ткани более 60% полиэстера, компоненты в составе должны выдерживать температуру от 180 градусов и выше). А это значит, что вы не связаны с ограниченным пулом поставщиков, вы всегда найдете подходящую ткань для вашей сублимационной печати.

Для того, чтобы инвестиции в сублимационную печать были оптимальными, важно определиться, что и в каком объеме вы будете производить и затем подобрать соответствующее оборудование.

«Мы можем подобрать технологию под задачи клиента. — Рассказывает Мария Кулигина. — То есть, когда к нам приходит клиент, мы выясняем, для каких целей ему нужна печать, где будет использоваться пе-

чатная продукция и т.д. И в зависимости от этого даем свои рекомендации. То есть, мы предлагаем не оборудование, а технологии».

Артем Борзенков, ведущий технический консультант «Русском», добавляет: «Еще до покупки мы прорабатываем под клиента технологию на нашем оборудовании, которое находится в демонстрационном зале. То есть, изначально мы рассматриваем задачу клиента. Вот есть определенная ткань, есть макет, мы хотим получить какой-то конечный продукт с принтом. Ткани бывают разные. Есть тянущиеся ткани, есть с определенной пропиткой, которые не очень любят повышенную температуру. И вот, имея исходные данные, определенные ткани, принтер, каландр, мы делаем их настройку и проводим демонстрацию технологии. После покупки оборудования к клиенту приезжает инженер, который запускает и налаживает его, делает калибровку. И после этого уже приезжает технолог и учит работе на оборудовании, делает цветопрофилирование. Все специалисты с большим опытом — более пяти лет. Таким образом клиент получает готовое техническое решение под свои нужды».

Для того, чтобы профессиональный уровень клиентов «Русском» всегда оставался на высоте, в компании работает Школа операторского мастерства (ШОМ), в рамках которой существуют различные программы для операторов печатного оборудования. Есть программы для новичков, а есть более расширенные программы

уже для опытных пользователей. Расширенное обучение позволяет раскрыть весь потенциал оборудования, понять, какие механизмы за что отвечают, как достичь того или иного эффекта, результата. Слушатели обучаются тому, как обслуживать оборудование, чтобы оно дольше служило, и работа была бесперебойной, с меньшим количеством брака.

Клиент «Русском» снабжается всей необходимой информацией, которая позволит правильно подготовить помещение, подобрать сопутствующее оборудование, например источники бесперебойного питания и сетевые фильтры, совершить простые действия по наладке станков и устранению простых неисправностей.

Сервисное обслуживание — важная часть работы с клиентами. «Фактически продажа оборудования — это базовая опция, которая нацелена на то, чтобы клиент и дальше с нами работал. — Говорит Мария Кулигина. — Наша задача сделать так, чтобы клиенту было удобно с нами работать, чтобы он также покупал у нас расходные материалы, обучался, расширял свое производство через покупку нового оборудования. Техническая поддержка работает оперативно, потому что мы понимаем, что если станок стоит, то у нас не покупают расходные материалы. Поэтому качественное обслуживание и поддержка наших клиентов — это выгодно обеим сторонам. Мы заинтересованы в том, чтобы клиент работал, не останавливаясь».

«Мы говорим клиенту, что он попадает в надежные руки, к квалифицированным специалистам, которые его не бросят, всегда ответят на вопросы и дадут полезный совет. Мы всегда рады Вам и готовы помочь в решении самых разных задач и проблем». — Резюмирует Грант Коштоян.

Телефон отдела продаж Мимаки:
+7 (495) 785-58-12



vk.com/gk_russcom



Docan H3000 — достойная смена легендарной линейки

Планшетный УФ-принтер Docan H3000 — модель 2022 года, которая пришла на смену легендарному Docan M10, снискавшему популярность у многих печатников во всем мире. Docan H3000 перенял лучшие характеристики у своего предшественника, некоторые из которых были усовершенствованы, что сделало новый УФ-принтер одним из самых конкурентоспособных в своем сегменте.



Ключевой особенностью новинки является расположение печатной каретки по широкой стороне стола (3,2 м), что дает прирост скорости печати до 30%. Увеличение скорости печати стало возможным благодаря тому, что при большей длине прохода экономится время на разгон и торможение каретки. Кроме того, если в некоторых моделях принтеров с традиционным расположением привода по короткой стороне можно было запечатывать листы шириной 2 м, то в Docan H3000 можно запечатывать настилаемые материалы шириной 3,2 м.

В новой модели используется магнитный привод каретки, который исключает паразитические вибрации от механических узлов — муфты, редуктора, шестерни, ремня... В результате мы получаем даже на больших скоростях перемещения печатных голов высокую точность подачи капли и, как следствие, высокое качество изображения. При этом значительно возросла надежность защитных систем торможения за счет моментальной остановки каретки при ее соприкосновении с вспученным материалом.

Все машины Docan поставляются подготовленными под установку максимального количества голов. Приобретя на на-

чальном этапе УФ-принтер с минимальной конфигурацией, в будущем вы можете усилить её, докупив необходимое количество печатных голов.

За надежное позиционирование материала на рабочей поверхности отвечает вакуумный стол. В принтерах Docan стол разделен на пять вакуумных зон, которые укомплектованы двумя мощными помпами, которые могут создавать не только вакуум, но и воздушную подушку для легкого перемещения тяжёлых заготовок (система обратного вакуума). Управление вакуумной системой осуществляется с фронтальной панели, а моментальное переключение режимов вакуум/обратный вакуум — с помощью педали. Мощные вакуумные помпы размещены под корпусом машины, а дополнительные глушители с клапанами сброса давления делают их работу практически бесшумной.

Высокоточный вакуумный стол на УФ-принтерах Docan также имеет регистрационные пины с цифровым контролем для позиционирования материала на рабочей поверхности. Кстати, стол имеет специальное покрытие, которое позволяет быстро очищать его от чернил и других загрязнений.

Все машины Docan оборудуются удобными чернильными танками с датчиком контроля уровня остатка чернил. Больше не возникнет ситуации, при которой чернила закончились бы неожиданно. Система заблаговременно покажет, что необходимо пополнить емкости.

Каждый субтанк имеет индивидуальный нагреватель, что бывает важно при одновременном использовании разных серий чернил, а также для адаптации каждого цвета чернил под текущее состояние голов при определенном микроклимате в помещении.

В УФ-принтерах Docan рекомендуется использовать высококачественные чернила Fujifilm (Япония), которые обеспечивают не только превосходное качество печати и стойкость изображения, но также долгую работу печатных голов.

Остается добавить, что для эффективной работы с оборудованием Docan с 2021 поставляется передовое программное обеспечение Caldera. Данный RIP существенно повышает функционал печатного станка, качество растеризации и удобство работы с файлами.

Спецификация и технические характеристики УФ-принтера DOCAN H3000

Тип привода — двойной сервопривод
 Размеры печатного поля — 3200 x 2050 мм
 Габариты (ШxГxВ), (мм) — 5056 x 2782 x 1460
 Питание — 1 фаза, 50/60 Гц 220 В(20%)>20 А
 Рекомендованная влажность — 40%-60%
 Технология печати — пьезоэлектрическая струйная печать
 Система закрепления — LEDUV (вх.2 кВт на блок с жидкостным охлаждением)
 Управление цветом — поддержка ICC профилей, регулировка плотности цвета
 RIP — Caldera
 Система обратного вакуума для печатного стола — есть, в базовой комплектации с управлением педалью
 УФ-краска — Fujifilm (Япония)
 Защита от статического электричества при печати — 2 ионизатора на каретке
 Формат файлов — TIFF, JPEG, Postscript3 2EPS, PDF
 Максимальная толщина материала — 100 мм
 Разрешение печати — до 1440 dpi
 Вес (кг) — 2530

Основные преимущества DOCAN Серии H3000

На выбор пользователя 2 вида голов: Kyocera KJ4A (3,5 pl) и Ricoh Gen6 (5 pl).
 Магнитный линейный привод каретки.
 Сдвоенный сервопривод по оси Y.
 Доступные цветовые конфигурации: 4 цвета (CMYK), 6 цветов (CMYK+LcLm) с добавлением белого (W) и лака (V). Лак (V) доступен на головках Ricoh Gen6.
 Все модели Docan поставляются со светодиодной системой полимеризации.
 Металлическая растровая линейка Lamotion с оптическими датчиками по оси движения каретки.
 Регистрационные пины для быстрого позиционирования носителя на столе.
 Чернила FujiFilm (Япония) обеспечат безупречное качество печати, максимальный ресурс голов и минимальную себестоимость печати.
 Сервисные центры в трех городах РФ.
 Гарантия 24 месяца.

Добавим напряжения

Светотехника с рабочим напряжением 24 В — новый стандарт на рынке рекламной и дизайнерской подсветки. Его внедрение — не прихоть производителя, а требование времени, технического прогресса и отклик на реальные потребности рекламно-производственных компаний.

Модули

MAKSILED достаточно давно и успешно представляет на рынке оборудование данного вида. И если ранее в этом сегменте компания предлагала широкий выбор светодиодных лент и блоков питания на 24 В, то сегодня практически революционной новинкой ассортимента стали 24-вольтовые светодиодные модули. Сейчас это универсальная, технологичная и практичная «двушка» действующей серии SM всех востребованных цветов свечения: белые и цветные модули. В данной модификации модули на 24 В работают с максимальной световой эффективностью.

Выпуск модулей стал возможным благодаря новейшим техническим достижениям при производстве светодиодов — речь о новом типе комбинирования современных кристаллов. Преимущества дан-

ного решения мало у кого вызывают сомнения. Пониженные токи — это экономия на проводах и драйверах: при тех же расстояниях между источниками питания и цепями для надежной работы требуются провода с сечением в 2 раза меньше, чем при использовании модулей на 12 В. Кроме того, от одного блока питания можно подключать двукратно увеличенные по длине цепи модулей без потери яркости свечения. Применение новых модулей упрощает реализацию множества задач по подсветке, поскольку отдаленное размещение блоков теперь не является проблемой (допускается использование длинных проводов).

Кстати, среди дополнительных плюсов — увеличение вариантов применения модулей. Например, установка на автомобильный транспорт, имеющий питание 24 В, в частности, на грузовики.

В ближайшей перспективе линейка светодиодных модулей будет пополняться разновидностями с разным количеством чипов; обогатятся таким оборудованием и другие «модульные» серии MAKSILED. Так, сочетание технологических достоинств 24 В с уникальной системой стабилизации по току Constant Current обеспечит максимальную устойчивость и долговечность модулей.

Ленты и гибкий неон

24-вольтовые светодиодные ленты MAKSILED высоко востребованы РПК и мастерами по интерьерной подсветке.

Большой опыт работы компании с лентами данного типа позволил ей сегодня иметь широчайший выбор LED-драйверов с выходным напряжением 24 В (совсем недавно линейка таких блоков пополнилась новейшими моделями), а также впервые на рынке применить технологию и в гибком неоне.

NEON Flex MAKSILED в этом сегменте представлен в вариантах сечения корпуса на 6 мм и 8 мм, в 10 цветах свечения, включая холодный и теплый оттенки белого, золотисто— и лимонно-желтый, фиолетовый, розовый ... Теперь можно при производстве ярких вывесок и фигур подключать увеличенные участки неоновой ленты с одной стороны; корпус неона меньше нагревается, повышается стабильность работы и равномерность свечения по всему длинному участку ленты — меньше падение напряжения в конце линии.

Те же преимущества и у светодиодных лент: ими можно освещать пространства с большой площадью, подключая протяженные участки с одного конца; никакой тусклости — в конце отрезка; используем более тонкие провода и меньшее количество блоков, а также упрощаем схемы подключения диммеров и контроллеров. В ассортименте компании светодиодные ленты на 24 В — с самыми разными характеристиками: от 70 до 204 диодов на метр; выбор температур свечения; монохромные, RGB и полноцветные ленты.

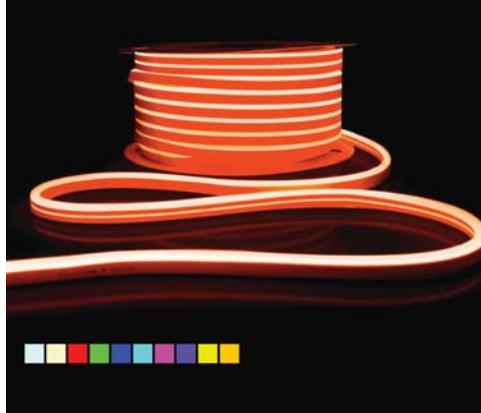
Самый яркий «представитель» ассортимента DC24 — уникальная MULTI-лента с



Светодиодные ленты MAKSILED 24 V



Гибкий неон ML-NF-24V-0612/0816



возможностью переключения мощности в диапазоне от 3 Вт до 21 Вт, оригинальными светодиодами SAMSUNG (140 шт. на м), светопотоком до 2900 лм/м.

Блоки питания

Можно вполне обоснованно утверждать о несколько более высокой надежности блоков питания, имеющих выходное напряжение 24 В, по сравнению с аналогами на 12 В. — Комплектующие работают на более низких токах, что замедляет износ.

MAKSILED уже традиционно предлагает клиентам такие LED-драйверы с разнообразными параметрами. На складах компании представлено более 60 моделей – разной мощности, размеров, интерьерных и уличных, в пластиковых корпусах и ме-

таллических – можно подобрать варианты для всех типов светового оборудования и проектов разного масштаба. Все источники питания имеют высокий КПД, оснащены конвекционной системой охлаждения, произведены с соблюдением общемировых правил безопасности.

Новинка ассортимента – герметичные блоки питания серии MLPS-W-24В на 35, 60 и 100 Вт, имеющие стабилизацию выходного напряжения, защиту от короткого замыкания и перегрузок, апробированные при полной нагрузке термотренировкой.

Важно отметить, что светотехника с характеристикой входного и выходного напряжения 12 В пока остается действующим стандартом. Все товарные серии MAKSILED по-прежнему наполнены широким выбором классических представи-

телей рынка рекламного освещения. Но тренд постепенного перехода на 24 В уверенно берет свой старт, о чем свидетельствует развитие технологий и выпуск компанией новых светодиодных модулей. Пробуем новое решение и наблюдаем за ближайшим расширением ассортимента!

Менеджеры MAKSILED помогают подобрать наиболее эффективный комплект светового оборудования под проект, специалисты инженерного отдела компании разрабатывают схемы подключения, производят оперативный расчет и визуализацию.

Посмотреть спецификации и заказать расчет можно на сайте:

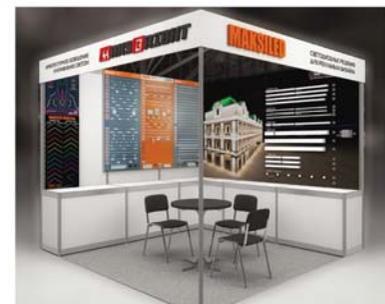


Бесплатная горячая линия:
88005558682
<https://maksiled.ru/>

Блоки питания MLPS-W 24 V



Посетите стенд MAKSILED на выставке «РЕКЛАМА-2022». Получите единовременную скидку 20% на оборудование для реализации светового проекта, а также расширенный сервисный пакет в ПОДАРОК! Получение скидки – по промокоду СВЕТотМАКСИЛЕД при посещении стенда.



- Новинки рынка светотехники для рекламной подсветки
- Тест-драйвы, консультации, оперативный расчет проектов

ПРИБЫЛИЗИРУЕМ РЕКЛАМНЫЙ БИЗНЕС!

Рекламно-производственный бизнес в России, к сожалению, не имеет четких отраслевых стандартов и технологических процессов. Каждая рекламная компания, буквально изобретает технологию изготовления рекламных вывесок на своем производстве. У любого начальника производства найдется собственная «секретная технология», позволяющая изготавливать максимально качественные вывески в кратчайшие сроки.



*Антон Ржавитин,
основатель Академии рекламного
бизнеса FORRA*

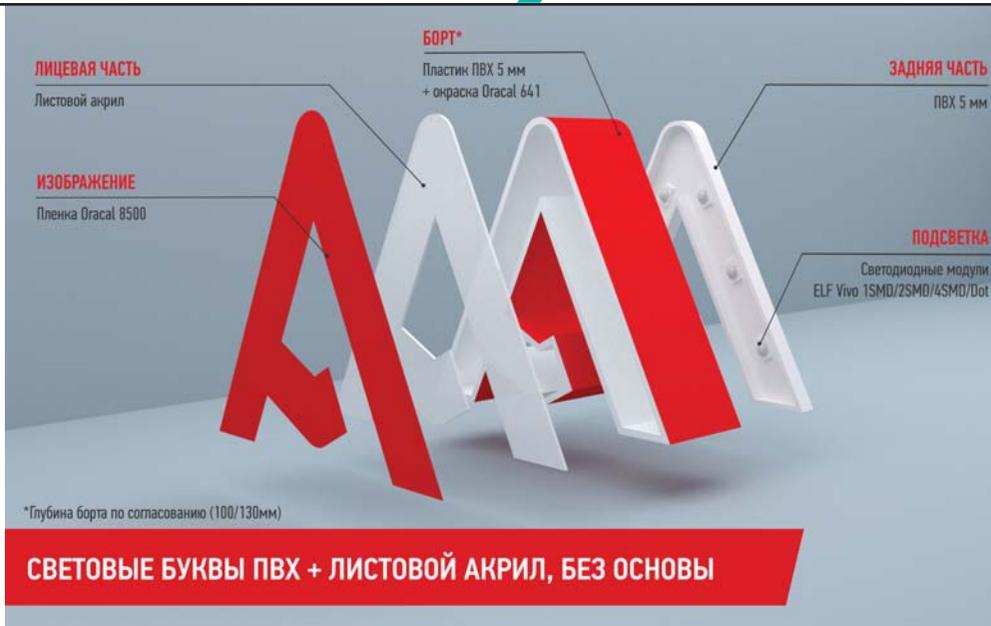
Естественно, при таком ремесленном подходе говорить о единой политике ценообразования рекламных вывесок не имеет никакого смысла. Отсутствие качественного программного обеспечения для расчета вывесок приводит к тому, что большинство производителей не имеет возможности точно рассчитать все затраты компании на производство заказа. В итоге, после получения оплаты, часть неучтенных расходов приходится компенсировать чистой прибылью компании. Но самое главное, что без инструментов для анализа расчетов практически невозможно это отследить. Именно поэтому многие рекламные компании годами производят товарные позиции, которые не приносят абсолютно никакой прибыли.

В январе 2022 года я провел мониторинг цен на типовую рекламную вывеску со световыми буквами, в которой приняло участие более 100 рекламно-производственных компаний из разных регионов России. Результат был очень предсказуемым. Я получил ценовой диапазон от 30 до 83 тысяч за абсолютно одинаковую вывеску! Разброс цен в одном и том же городе достигал 30-ти тысяч. При этом разную цену выдавали даже менеджеры одной и той же компании. Причём масштаб и возраст компании не имел никакого значения!

Я руковожу компанией по производству наружной рекламы с 2009 года и отлично понимаю причину такого подхода сотрудников к составлению коммерческих предложений. Результаты моего исследования навели меня на мысль, что рынку производителей рекламных конструкций необходим инструмент для быстрого и точного расчёта вывесок с учетом индивидуальной специфики их производства. Я понимал, что это должен быть удобный и легко внедряемый инструмент, который имеет гибкие настройки. При этом он должен сводить к минимуму ручные манипуляции сотрудников и выдавать максимально прозрачную стоимость.

Не самая простая задачка, на которую у меня ушло 6 месяцев работы. Имея 10-ти летний опыт настройки и внедрения профильных программ на базе 1С, я собрал самый полезный функционал в своей новой программе FORRA.price. В конечном итоге я получил универсальный инструмент для расчёта рекламных конструкций любого типа менее чем за 3 минуты!

Для этого достаточно ввести лишь несколько параметров вывески. Далее программа автоматически рассчитает все необходимое: материалы, сдельные работы сотрудников цеха и отдела продаж, работу



оборудования, метизы, налоги, постоянные расходы, чистую прибыль компании, транспорт и многое другое. В результате Вы получаете подробную смету и единую цену для всех сотрудников, которые работают в программе. При этом для расчета не нужно иметь глубокие знания рекламных технологий, их может выполнять любой рядовой сотрудник.

Вся «магия» заключена в правильном взаимодействии оболочки программы с шаблонами рекламных конструкций, которых в программе уже более 50. Каждый шаблон имеет индивидуальные настройки, а это значит, что для каждого типа вывесок Вы сможете реализовать индивидуальную логику расчёта. В этом плане возможности программы практически безграничны. По гибкости и возможностям настроек FORRA.price, безусловно, вне конкуренции.

Каждый шаблон в программе подкреплен графическим изображением вывески в разрезе, которое помогает менеджерам изучить рекламные материалы и технологии производства.

Вы можете создавать новые шаблоны рекламных вывесок, а также настраивать и изменять имеющиеся. И для этого вам не понадобится программист. С этими функциями легко справится любой сотрудник, знающий технологии производства Вашей компании.

В комплект программы уже включен подробный обучающий видеокурс по её настройке и быстрому внедрению в рекламно-производственную компанию. Так же этот курс содержит обучающие уроки для менеджеров по быстрому измерению всех основных параметров вывесок.

Уже через месяц после выхода программы FORRA.price, в ней работали 26 российских рекламных компаний. И это число каждый день растет!

За 2 месяца вышло уже второе масштабное обновление программы, основанное на пожеланиях пользователей. Теперь FORRA.price умеет не только быстро и точно рассчитывать рекламные вывески. В новой версии добавлены функции создания заказа на производство, распределения заработных плат по сотрудникам, построения графика заказов, формирования финансовой отчетности для руководителя и многое другое. Пользователи программы получают эти обновления абсолютно бесплатно.

Одна из основных задач Академии рекламного бизнеса «FORRA» — это предоставление готовых, легко адаптируемых и быстро внедряемых инструментов для организации эффективной и прибыльной работы рекламно-производственных компаний. Именно поэтому FORRA.price — это программа, доступная для компаний абсолютно любого уровня.

Каждый руководитель стремится сделать свою компанию максимально эффективной и прибыльной, а в текущих реалиях российского бизнеса мы просто обязаны уметь считать каждый рубль, заработанный компанией. FORRA.price поможет создать надежную систему управления расчетами для того, чтобы Ваш рекламный бизнес работал эффективно.

Коллеги, пользуйтесь программой FORRA.price, развивайте свой рекламный бизнес и принимайте верные и прибыльные решения на основе точных цифр, а не ощущений!

Материалы	Единица измерения	Количество	Стоимость (за ед. БРП)	Сумма (БРП)
Пленка Oracal 8500 (1м лист)	м2	2,3	800,00	1 840,00
Пленка Oracal 641, цветная (1м лист)	м2	2,3	800,00	1 840,00
Акрил светлого/темного/белого цвета (1м лист)	м2	2,3	1 960,00	4 588,00
PVC алюминий 3 мм, бел (Борты)	м2	1,9	674,00	1 280,60
PVC алюминий 3 мм, белый (Задняя)	м2	2,3	984,00	2 263,20
Светодиодный модуль 2 SMD, 1м	шт	129	24,50	3 160,50
Блок питания 200 Вт, универсальный	шт	1	1 150,00	1 150,00
Итого:				15 046,30
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА				
Склеивание сложного знака, борты буквы	м.м.	19	60,00	1 140,00
Зачистка знака после склеивания	м.м.	19	15,00	285,00
Очистка внешней стороны буквы	м.м.	2,3	120,00	276,00
Очистка бортов буквы поперек	м.м.	19	30,00	570,00
Установка светодиодов	шт	129	2,00	258,00
Оборудованная вывеска	шт	1	400,00	400,00
Компьютерная вывеска	шт	1	30,00	30,00
Итого:				3 759,00
РАБОТА СТАНОВИС С ЧПУ				
Вытравление Акрил 2, 3мм (Лист)	м.м.	38	50,00	1 900,00
Вытравление PVC 3-5мм (Лист)	м.м.	22	40,00	880,00
Вытравление PVC 3-5мм (Задняя)	м.м.	19	40,00	760,00
Механическая обработка	%	30	700,00	2 100,00
Итого:				4 240,00
РАБОТА ОПЕРАТОРА СТАНОВИС С ЧПУ				
Вытравление Акрил 3-5мм	м.м.	38	11,00	418,00
Вытравление PVC	м.м.	41	9,00	369,00
Итого:				787,00
ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ				
Итого:				0,00
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ				
Налог	%	0	0,00	453,39
Расходные материалы	%	5	0,00	752,32
Поступления (опережающий) дискондр	%	85	0,00	12 789,26
Итого:				14 995,00

Ссылка на сайт программы:
<https://akademiareklamy.ru/forraprice>



Промокод «НАРУЖКА»
 на скидку 10 000 руб.
 действует до 1.12.2022

Сделка или оклад?

Мотивация без стресса

Вопрос мотивации сотрудников и оптимизации расходов РПК на зарплате сейчас актуален как никогда. Мы не будем говорить о конкретных схемах мотивации, но остановимся на базовых принципах системы оплаты труда.



*Олег Вахитов, главный редактор журнала «НАРУЖКА...»,
исполнительный директор Ассоциации «ВизКом»*

Сделка или оклад? Отчасти ответ на этот вопрос зависит от должности сотрудника. Бухгалтеру обычно платят фиксированный оклад, а менеджера по продажам иногда сажают на чистую сделку. Насколько верен такой подход?

Чистый оклад как исключение

Разберем сначала чистый оклад. Его, кажется, можно смело назначать тем сотрудникам, от которых практически не зависит доход компании, а очередь из претендентов на его должность за дверью компании выстроилась до соседнего квартала. В этом случае вы можете требовать с сотрудника неукоснительного соблюдения регламентов (при их наличии, разумеется), а при несоответствии быстро заменить его на другого сотрудника без увеличения ФОТ (ведь за дверью немало желающих). Однако для эффективного функционирования компании стоило бы избегать таких сотрудников, работа которых даже косвенно не влияет на общий доход и прибыль вашего коммерческого предприятия. В книге Джеффри Фокса «Как делать большие деньги в малом бизнесе» есть такая замечательная фраза: «Старайтесь, чтобы каждый, кого вы нанимаете, хотя бы отчасти, а лучше в значительной мере, был продавцом. Задача каждого работника — прямо или косвенно —

состоит в том, чтобы привлекать и удерживать потребителей, которые приносят доход, покупая ваш продукт». Эту мысль он развивает постулатом о том, что каждого сотрудника стоит стимулировать сверх его оклада. Возьмем, к примеру бухгалтера. Если он не вовремя, да еще с ошибками будет присылать заказчику закрывающие документы, это внесёт некоторый негатив в отношения с клиентами и при прочих других отрицательных факторах может выступить в качестве триггера разрыва деловых связей. Напротив, прилежная работа бухгалтера подчеркнет и дополнит отличный сервис вашей компании, что важно для удержания клиентов и привлечения новых по рекомендации.

То, как офис-менеджер разговаривает с клиентами по телефону и встречает их на пороге офиса, также в итоге сказывается на доходе компании.

Работа дизайнеров, макетчиков, сварщиков, монтажников вообще напрямую влияет на то, насколько востребованы будут услуги и готовые изделия вашей рекламно-производственной компании. Если внимательно присмотреться к каждой должности, то станет понятно, что зарплата не только менеджеров по продажам должна быть привязана к прибыли компании, и чистый оклад — скорее, исключение, чем правило.

Нюансы смешанного подхода

Справедливости ради надо сказать, что большинство руководителей РПК предлагают смешанную систему — оклад плюс сделка. И в общем это правильно, но эффективность схемы зависит от нюансов. Например, стоит ли делать оклад минимальным, а процент высоким или наоборот?

Тут также многое зависит от того, о какой должности идет речь. Например, если речь идет об отделе продаж, то туда в основном приходят мотивированные на результат люди, которым важно иметь возможность получать доход, ограниченный лишь их способностью продавать. Для таких людей бонусная доля в оплате должна быть выше окладной части.

Люди, работающие в цеху, напротив, больше ценят стабильность — здесь окладная часть должна быть выше премиальной. При этом окладная часть должна учитывать определенный оптимальный объем выработки сотрудника. Если сотрудник несколько месяцев подряд не выполняет соответствующий объем работ по причине его нерасторопности или низкой квалификации, то стоит подумать о его замене.

Несомненно, приверженность к стабильности или драйву, психологический портрет сотрудника или соискателя, также



Изображение: Freepik.com

стоит брать в расчёт при определении мотивационной схемы оплаты труда. Но лучше всего, когда в компании уже существует соответствие между должностью и психологией работника. Тогда не придется по-разному мотивировать людей в одном и том же отделе, чтобы максимально раскрыть потенциал каждого человека. Как правило, такое соответствие возникает само собой по естественным причинам. Важно сохранять его при найме новых сотрудников.

Чистая сделка — источник стресса?

А что с чистой сделкой? Можно ли на чистую сделку перевести сотрудников, работа которых напрямую влияет на прибыль компании? Да, если речь идет о действующих сотрудниках, у которых уже есть определенный гарантированный объем работ, который обеспечивает им желаемый размер личного дохода. Например, если это менеджер по продажам, у которого уже есть пул постоянных клиентов. Или начальник производства, который видит динамику объемов заказов и уверен в их относительной стабильности, а, значит, в стабильности своего дохода. В этом случае уже наработанные объемы гарантируют им некий эквивалент окладной части с той лишь разницей, что её (окладную часть) надо будет ещё удерживать. Возможно, в

кризисный период это может стать неплохим решением, если вы примите во внимание факторы, о которых я напишу ниже через абзац.

Другое дело, если вы приглашаете на ту или иную должность нового сотрудника и сразу предлагаете чистую сделку. Здесь шансы привлечь качественного менеджера по продажам или иного специалиста будут невелики. Если вы рассчитываете, что на чистую сделку к вам придут те, кто уверен в своих способностях продавать, то почему вы решили, что он придет именно к вам, а не в торговлю недвижимостью, нефтью или предметами антиквариата, где доходы от сделок существенно выше? Разве что, если придет кто-то с базой клиентов от прошлого работодателя... Но тогда, где гарантии, что он идет к вам не для того лишь, чтобы еще больше увеличить свою базу? Поэтому даже на сделные должности есть смысл приглашать новичков, гарантируя им на первое время удовлетворительный оклад.

Почему важно не переводить всех на сделку, а некоторым категориям сотрудников не назначать минимальный оклад? Мозг любого человека всегда стоит на страже безопасности своего хозяина и предсказуемости его будущего. Когда вы назначаете минимальный оклад или чистую сделку, сотрудник испытывает стресс перед страхом того, что по той или иной

причине он не сможет заработать необходимую ему сумму денег, стресс от неопределенности его будущего. А стресс влияет на качество работы и лояльность к работодателю. В наше сложное время неопределенность и так зашкаливает, не стоит добавлять её сотрудникам, увеличивая их тревожность. В итоге это обернется не выгодой, а убытками и новыми проблемами.

Несомненно, есть люди, которые готовы рискнуть, подписаться на чистую сделку, которые могут противостоять описанному выше стрессу. Но такие люди, как правило, имеют черты характера, присущие предпринимателям, и рано или поздно с высокой долей вероятности они от вас уйдут.

Что в итоге? Разумеется, каждый случай индивидуален. Есть компании, в которых уже сложилась та или иная система мотивации и управления персоналом, которая всех устраивает. Есть руководители, которых вполне удовлетворяет существующая прибыль и то стабильное состояние, в котором пребывает их коммерческое предприятие. Но если вы хотите развиваться, повышать КПД компании и успешно противостоять кризисным явлениям, то вам могут помочь базовые принципы финансовой мотивации сотрудников, изложенные в данном материале. А эффективность их реализации, как всегда, зависит от мудрости и харизмы руководителя.

Принципы Учебного центра «Пегас»

или как повысить качество профобразования в отрасли и, может, в целом в стране

В нашей стране большое количество профессиональных колледжей выпускают молодых специалистов, однако руководители рекламно-производственных компаний по какой-то причине крайне редко используют эту кузницу кадров для пополнения своих трудовых резервов. Почему так происходит и как планируется изменить ситуацию под влиянием учебного центра «ПЕГАС», журналу «Наружка» рассказала Алла Спешилова, его организатор и идейный вдохновитель.



— Алла, какую проблему Вы видите в нашей индустрии, связанную с профессиональной подготовкой и переподготовкой кадров?

— Проблема в самом отсутствии профессиональных кадров. Для того, чтобы они появились, необходимо не только получение соответствующего образования, но также приобретение практических навыков под руководством наставника. Наш учебный центр как раз взял на себя миссию объединения профессиональных серьезных людей для организации наставничества, передачи ремесла. И мы планируем делать это с таким глубоким и дальним прицелом, чтобы в итоге также образовалась межпоколенческая связь непрерывного обмена мастерством.

Наша компания работает давно и активно развивает несколько направлений, некоторые из них — на производственной базе. И не случайно в рамках нашей Экосистемы «ПЕГАС» возник вначале эмоциональный проект «Шоники-Домики», полный смысл которого мы уже осознали в процессе. Мы предлагаем детям нарисо-

вать свой проект домика, а затем по этому рисунку с помощью корректировки дизайнера изготавливаем на профессиональном станке домик из экологичной фанеры. Соответственно, дети сначала рисуют, потом видят результаты своих фантазий, воплощенные уже в готовом изделии. Удивляются, что все реально, то есть, мы уже эту связь межпоколенческую закладываем. Сегодня дети рисуют домики, а завтра они захотят стать дизайнерами, архитекторами и возможно даже инженерами-конструкторами для нашей отрасли. Необходимо с юных лет формировать у детей стремление к будущей профессии, а параллельно создавать устойчивые связи между мастерами, учебными заведениями и работодателями. Всё это должно представлять собой целостную систему.

— Я согласен, что необходимо раскрыть творческий потенциал детей с юных лет. Но все же ваш учебный центр предполагает работать уже с относительно взрослыми людьми. Как эта работа будет выстраиваться?

— На сегодняшний день мы уже взаимодействуем с рядом учебных организаций, где уже обучаются специалисты, чьи профессии могут быть востребованы и на нашем рынке. Наша задача — укрепить студентов в этих навыках. Они получают среднее специальное образование, а мы даем им возможность усилить навыки на практике. То есть наш учебный центр не только учит теории, но и даёт, что называется, пощупать это ремесло, влюбить в профессию. Юный специалист — это очень хороший человеческий материал. Его не надо переучивать, его надо увлечь и научить. И когда такой юный специалист приходит в профессию с качественным наставником, он уже несет в себе это ремесло.

— *Правильно ли я понимаю, что вы будете договариваться с профессиональными колледжами, чтобы их студенты, проходя там теоретическую часть, также могли проходить практику на ваших и других предприятиях?*

— Наш учебный центр получил лицензию в конце февраля текущего года. С этого момента мы уже сразу начали свою практическую деятельность. Мы пригласили к сотрудничеству ряд колледжей, часть студентов которых, это около двухсот человек, с марта по июнь прошли практику на нашем предприятии. Это, конечно для страны не новая история. Но зачастую бывает, и все об этом знают, что работодатель таким студентам ставит лишь отметку о прохождении практикума. Для нас такой подход не имеет смысла. Мы дали студентам возможность погрузиться в коллектив, погрузиться в коммуникации, потому что это ребята, которые недавно вышли из школы и еще сохранили многие школьные привычки — списать, что-то пропустить, «отмазаться». А здесь бизнес и производство, здесь такое не проходит. И мы погружаем этих детей во взрослую жизнь. Они вместе с наставниками участвовали в реализации некоторых конкретных проектов, в чем немалая заслуга и команды «ПЕГАС». Студенты совместно с нашими наставниками создавали проекты, затем их защищали. У кого-то это даже будет дипломная работа. Кто-то из студентов уже планирует начать работать у нас на постоянной основе. Мы также будем благодарны нашим коллегам по

цеху, производителям, если кто-то будет готов принять у себя будущих юных специалистов. Кроме того, нам нужна обратная связь от коллег по отрасли, чтобы мы понимали, в каких специалистах есть потребность, чтобы мы включали в обучающие соответствующие программы. И также мы готовы трудоустроить молодых специалистов на другие предприятия, если нам будут озвучивать открытые вакансии. То есть, в итоге мы, стартовав со своей инициативой всего год назад, готовы обеспечивать нашу отрасль качественными специалистами.

— *Распространяется ли работа вашего учебного центра на регионы?*

— В начале октября нас пригласили с докладом на очень серьезное и важное всероссийское мероприятие под названием «Мастер года», которое проходило с участием Министерства Просвещения РФ и было организовано «Институтом развития профессионального образования», на котором присутствовало большое количество представителей региональных колледжей и представители региональных министерств и департаментов. Там были озвучены две большие проблемы. Первая — это дефицит профессиональных кадров. А вторая — это трудоустройство выпускников колледжей и вузов. Я понимаю, почему работодатель не всегда готов принять на работу юного специалиста: нет доверия к качеству специального образования; есть риски того, что новый сотрудник принесет больше убытка, чем пользы и проработает недолго. Тем не менее, запрос на профессиональные кадры есть, и он есть не только в Москве. На настоящий момент сотрудниками нашей компании проведена масштабная работа по налаживанию механизмов взаимодействия с целью формирования профессионального кадрового ресурса страны в рамках пока нашей индустрии. В связи с этим мы планируем развивать эту деятельность в Москве и в регионах.

— *Вы договариваетесь с колледжами, чтобы их студенты проходили реальную практику на производствах. Затем коммуницируете с работодателями и помогаете выпускникам трудоустроиться. Планируете ли вы также вносить изменения в образовательные программы колледжей, чтобы навыки выпускника в большей степени со-*



ответствовали запросу работодателей, необходимым профессиям?

— Мы этим также занимаемся. К нам обращаются колледжи, у них обычно в каждой программе существует вариативная часть. Они обращаются к нам с запросом, чем можно дополнить тот или иной курс, чтобы образование стало обновленным, более подходящим под современные потребности рынка. И в то же время оно должно быть созвучно с потребностями работодателей, потому что задача колледжа — готовить специалистов, которые могли бы устроиться на конкретные предприятия, а не просто иметь запись о профессии в аттестате. Колледжи понимают эту функцию, но еще далеко не каждый работодатель соглашается это понимать. На данный момент мы готовим очень значимый проект, который представит наш учебный центр «ПЕГАС» и будет основоположником создания новых качественных программ пока в нашей рекламной индустрии, а в последующем надеемся наш пример послужит образцом для создания также профессионального кадрового ресурса в других отраслях.

— *А готово ли государство помочь в реализации этих задач, так необходимых особенно малому бизнесу?*

— Дело в том, что для того, чтобы внутри государственных институтов возникла та или иная инициатива, необходимо, в том числе, чтобы прозвучал глас профессионального сообщества. Ведь государство — это же и мы с вами. При этом этот глас должен быть конкретным и конструктивным. Например, мы понимаем, что

есть колледжи, есть работодатели, для которых вроде как и функционируют эти учебные заведения. Но прямого взаимодействия между ними нет. И в итоге мы получаем нехватку квалифицированных кадров, а колледжи неустроенных выпускников. А когда тот или иной работодатель реализует данную инициативу собственными силами, связывается с колледжами, организует практикум на своем предприятии и т.д., он тратит немало ресурсов, в том числе, финансовых. Мы это ощутили на себе. И в данном случае поддержка государства была бы оправданной и обоснованной. Но об этом необходимо говорить. Что и было сделано нами на мероприятии «Мастер года», и мы были услышаны.

— *Вообще говоря, это действительно большая и серьезная работа, выгодоприобретателем которой может стать любая работодатель, в нашем случае — любая рекламно-производственная компания, ведь тогда появился бы реальный механизм привлечения молодых специалистов с высоким уровнем мотивации работать в данной профессии. И одним вам реализовать эту инициативу было бы очень непросто. Какой бы Вы видели поддержку со стороны ваших коллег из профессионального сообщества?*

— Один человек действительно «в поле не воин». Он должен быть в команде, в сообществе единомышленников. Безусловно, и мы в этом нуждаемся. И мы приглашаем к сотрудничеству всех, кто, например, прочтет эту статью и захочет участвовать с нами в этом общественно-полезном процессе.

Приведу один пример. Когда мы столкнулись с классификатором профессий, то увидели, что там нет некоторых специальностей, которые востребованы на рекламно-производственном рынке. Например, нет такой специальности, как макетчик. И для того, чтобы создать перечень наших профессий, необходимо объединение экспертов рынка, коллективный разум. Также совместными усилиями мы могли бы участвовать в формировании образовательных программ.

— *Планируете ли вы проводить обучение уже действующих сотрудников других компаний для повышения их квалификации?*

— Несомненно. Мы видим себя не только образовательным центром, но еще и местом повышения квалификации и профподготовки. И это касается не только действующих сотрудников. С чем мы столкнулись? Приходит специалист, который учился в колледже. Он ошибся с профессией. Зачем ему заново переучиваться, тратить годы, когда он может в рамках какой-то программы на практике проучиться, например, 250 часов и получить новую специальность, новое свидетельство? И уже по ней трудоустроиться в дальнейшем.

— *Какие программы можно будет увидеть в учебном центре «ПЕГАС»?*

— Я уже пишу свой курс. Тема курса родилась не случайно, она возникла в результате тех потребностей, которые я изучала, в том числе, в колледжах. Это предпринимательский курс. Он называется «Осознанный предприниматель нового века». Это не курс имени меня, хотя, будучи предпринимателем с 1995 года, мне есть, о чем рассказать. Таких предпринимателей, как я, большое количество, и каждому есть, что рассказать. Как правило, когда люди идут в предприниматели, они хотят реализовать свои амбиции и заработать побольше денег. Но на мой взгляд предпринимательство должно быть основано прежде всего на полезной обществу идее. И за этой идеей должен стоять крепкий лидер.

На данный момент мы пишем и совершенствуем программы для рабочих специальностей, наш учебный центр только в стадии развития. Параллельно мы ведем работу и над написанием программ по другим специальностям, необходимых для нашего рынка — дизайнер, бухгалтер, юрист... Тенденции на рынке нового, весьма динамичного нашего века, говорят о том, что трансформировать придется ещё многие специальности.

— *Кого вы планируете привлекать в качестве преподавателей, наставников?*

— В первую очередь я обращаюсь к нашим коллегам из нашей отрасли. У нас немало специалистов, которые преуспели в том или ином направлении, будь то светотехника, фрезеровка или макетирование и др. Почему бы этот опыт не передавать студентам и всем, кто в нем нуждается? Ес-

ли мы соединим этот опыт, то сможем приумножить его. А результатом всей нашей совместной работы должно стать повышение качества услуг, качества готовых изделий в рекламно-производственной отрасли. Я буду рада развивать эту тему с единомышленниками, с теми, кто готов делиться своим опытом ради создания профессионального кадрового ресурса необходимого производству, а также будущего нашей индустрии, будущего бизнеса и в целом престижа нашей большой страны! Нам следует обратить внимание, в том числе и государства, на значимость нашей отрасли производства в стране, а также подумать над созданием профессионального сообщества — профессиональной гильдии. Для этого, на наш взгляд следует заглянуть в историю, взяв все полезное и ценное из нее и строить совместно будущее. Сейчас, с учетом стремительных перемен и трансформаций это должны быть «Профессиональные гильдии Нового XXI века» с сильной внутренней культурой и ценностной ориентацией, социальной динамикой, как нормой зафиксированной во внутреннем Кодексе Гильдии.

Наша компания «ПЕГАС» вместе с учебным центром и другими единомышленниками рекламно-производства, желающими совместно с нами воплотить эту идею создания профессиональных гильдий, готовы стать основоположниками и все вместе продумать образ будущего и создать также дорожную карту, но это уже совсем другая история, о которой вероятно мы сможем поведать вашим читателям в следующих выпусках.



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

Чернила Triangle: сольвентные, экосольвентные, УФ. Пленки и обои для печати Neschen.

НОВАТЕХ

+7 (968) 632-93-95

+7(495) 374-64-68

magnitvinil.com

novafilm.su

Инновационные материалы для рекламного оформления. Магнитный винил, феррапленка NOVAfilm, силиконовая пленка NOVALight, NOVAbacklit, EasyJet и другие.

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.

СВЕТОТЕХНИКА**MAKSILED | MAKSBRIGHT**

8 (800) 555 86 82

www.maksiled.ru | www.maksbright.ru

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

PIТON

+7 (495) 118-27-77

piton-power.ru

Продажа блоков питания и светодиодных модулей для рекламных конструкций.

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**LIYU Russia**

+7 (495) 196 7711

www.liyuprinter.ru

Широкоформатные принтеры для рекламно-производственных компаний и промышленной печати. Сольвентные и УФ. Планшетные, рулонные и гибридные модели. Комплектация под задачи: выбор печатных головок, производительность, набор опций для работы с различными материалами.

PIТON

+7 (495) 118-27-77

ботогиб.рф

Оборудование для производства объемных букв.

Prizmix

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

Оборудование и материалы для широкоформатной печати, производства рекламы и POSM: УФ-принтеры EFI VUTEK, режущие плоттеры Kongsberg, клеевые плоттеры F Service, рулонные ламинаторы Neschen.

РуссКом

+7 (495) 785-5805

www.russcom.ru

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

СТМ

+7 (495) 363-9339

hanslaser.stm-ru.ru

Лазерные станки Han's Laser

Техно-Графика

+7 (495) 225-50-43

www.технографика.рф

Печатное и постпечатное оборудование и расходные материалы. Лазерные гравировальные станки. Режущие плоттеры и др.

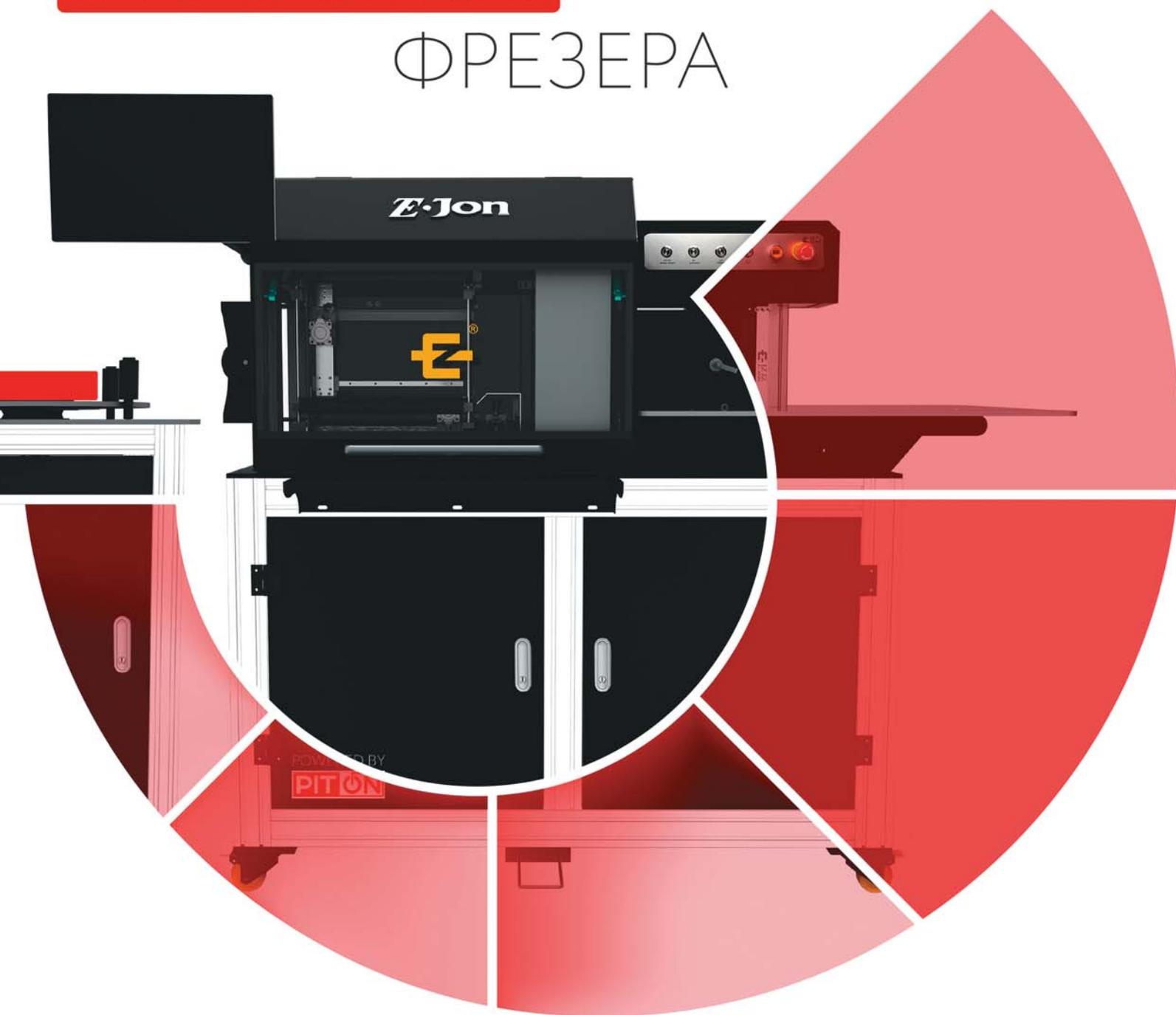
БОРТОГИБ

С ТОЧНОСТЬЮ

ФРЕЗЕРА

PITON

Оборудование, материалы
и светотехника для РПК



ЛЮБАЯ БУКВА
ЗА МИНУТУ

БОРТОГИБ T13H

- топовая модель бортогибов из **серии T13**,
с функцией дырокола для крепления
задников. Работает с алюминием и сталью,
имеет 4 сервопривода DELTA (Тайвань).

 Бортогиб.рф

 +7 (495) 118-27-77

 order@piton-power.ru