

# НАРУЖНАЯ

издание для производителей рекламы

#136 ноябрь 2020 | технологии | тренды | практики | люди | компании



Новый формат  
всем известного  
уличного указателя.  
Подробности на с.18

# Журнал НАРУЖКА теперь с дополненной реальностью...

Листайте печатный журнал и смотрите видео на своем смартфоне!

## ЭТО ОЧЕНЬ ПРОСТО!

---

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



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

- 3 Ищите на страницах журнала символ:



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

Смотрите короткое видео из журнала даже при отсутствии интернета!

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

Смотрите видео в библиотеке приложения МЕМОРИС.

## Наслаждайтесь новым форматом вашего журнала!

## ГЛАВНОЕ, ЧТОБЫ НЕ ЗАПРЕТИЛИ РАБОТАТЬ!

Как показывает опыт, страшно всегда в первый раз. Но, пройдя непростой путь впервые, мы адаптируемся к новым реалиям и в следующий раз смело вступаем «в омут». Кажется, так называемая «вторая волна» не испугала рекламный бизнес. Расходы оптимизированы, процессы автоматизированы, риски минимизированы. Главное, чтобы не запретили работать!

Участники Ассоциации «ВизКом» провели zoom-конференцию, где рассказали о том, что происходит и попытались ответить на классический вопрос «Что делать?». А мы внимательно послушали и сделали пересказ «о главном» на страницах журнала.

Небольшой ликбез на тему того, почему не стоит считать стоимость буквы за см высоты, надеюсь, будет полезен тем, кто хочет понять, куда деваются деньги после выполненного, казалось, выгодного заказа.

Онлайн хоть и рулит, но порядком поднадоело, поэтому некоторые компании начали проводить у себя небольшие выставки и презентации, собирая коллег для очного общения. О двух таких мероприятиях — на страницах журнала.



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

А некоторые организаторы даже анонсировали международные выставки на следующий год! Впору делать ставки. Несмотря на «весёлые» времена, на российский рынок продолжают поступать новинки, с которыми вы также можете ознакомиться уже через несколько минут, листая «НАРУЖКУ». И не забудьте смотреть видео в дополненной реальности, которую нам помогает создавать компания «Арт-Бюро» из Ставрополя!

## РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

- DEFERO** — новый формат уличного указателя — 1, 18
- «ОктоПринт Сервис»** — режущие плоттеры Zund и клеенаносящие FELIX GLUER — 6
- «ПРИЗМИКС»** — экосольвентные чернила — 7
- «РуссКом-Графикс»** — оборудование Mimaki — 12
- «ТЕХНОГРАФИКА»** — УФ-принтеры Dosaп — 14
- 3A Composites** — материалы для брендинга в местах продаж — 16
- MAKSILED** — светотехника для рекламы и архитектурной подсветки — 21
- «ВРС»** — NEON2 для неоновых вывесок — 24
- «Ковчег»** — принтеры ARK-JET — 27
- «РБ ЦРМ»** — CRM-система для рекламного бизнеса — 30
- АРТ-БЮРО** — вывески для сетевых клиентов по субподряду — 34
- Bon Sens** — ERP-система для рекламного производства — 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 3.000 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  
**Арт-Бюро**  
Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом Водников»  
**«СМАРТ-Т»**  
Москва, ул.Шарикоподшипниковская, д.13, стр.46

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



ФИНГЕРПОСТ — универсальный указатель от DEFERO

Новый и уникальный по своим качествам продукт создала компания DEFERO. Он идеально подходит как для уличного, так и интерьерного применения, а по эстетическим и функциональным свойствам в несколько раз превосходит любые существующие аналоги. Практически каждая рекламно-производственная компания, делая выбор между готовым решением и собственной разработкой, верит в экономическое чудо второго пути. Но в данном случае этот расчёт не сработает. Поэтому смело делайте первый заказ и ощутите на себе все преимущества сотрудничества с компанией DEFERO.



#### События

- 6 Новости
- 8 Отраслевые выставки
- 10 Конференция Ассоциации ВизКом
- 12 День открытых дверей с «Русском»
- 14 День открытых дверей «Технографики»

#### Продукты и решения

- 16 Материалы DISPA от ЗА COMPOSITES
- 18 Фингерпост от DEFERO
- 21 Светотехника MAKSILED
- 24 NEON2 для неоновых вывесок.
- 27 Принтеры ARK-JET

#### Развитие бизнеса

- 30 CRM для РПК
- 32 Считаю стоимость за 1 см высоты объемной буквы

#### Где купить

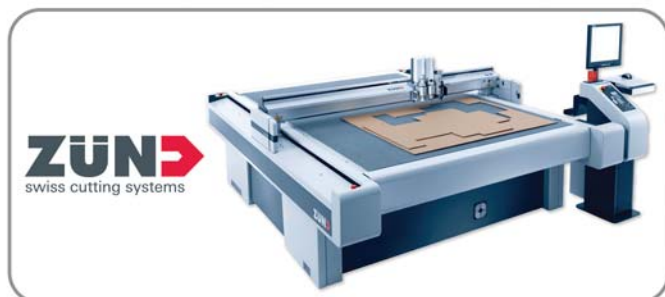
- 35 Список компаний

# ВИЗКОМ

Ассоциация производителей средств визуальной  
рекламы и информации

[info@viscomrussia.ru](mailto:info@viscomrussia.ru)

## УНИВЕРСАЛЬНОЕ ЦИФРОВОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА POSM



- Надежность, режим эксплуатации 24/7.
- Повышение производительности производства.
- Возможность конфигурации оборудования под потребности производства.

Запишитесь на демонстрацию по телефону: **+7 499 490 10 91**



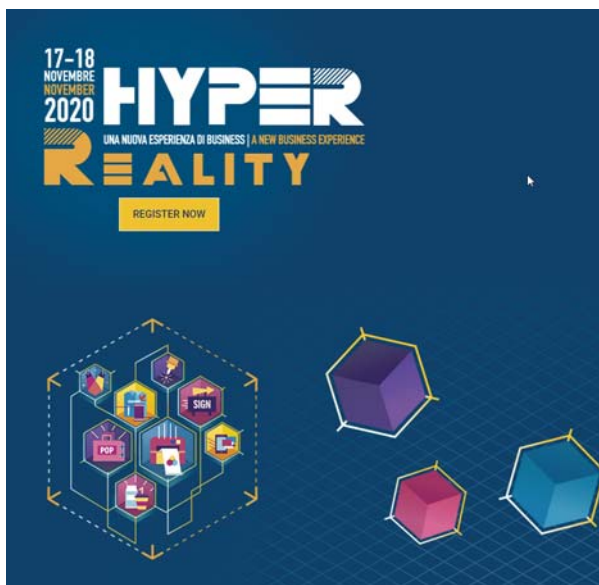
ОктоПринт Сервис  
официальный представитель Züng и LYNX  
в России и странах СНГ

Московская область, г. Красногорск  
Ильинское шоссе, 4-й км  
[www.oktoprint.ru](http://www.oktoprint.ru), [info@oktoprint.ru](mailto:info@oktoprint.ru)

## Добро пожаловать на Viscom Italia Hyper Reality

Индустриальные выставки перемещаются  
в виртуальную реальность.

С 17 по 18 ноября выставка Viscom Italy 2020, посвященная рынку визуальных коммуникаций, пройдет в виртуальном пространстве.



Где бы вы ни находились, вы сможете подключиться к выставке через компьютер, планшет или смартфон для поиска и обнаружения экспонентов в их виртуальных выставочных залах, связаться с ними через чат или назначить индивидуальные встречи. Сохраняйте любимые товары, получайте рекомендации о других аналогичных брендах благодаря инновационной службе поиска партнеров, которая позволит вам улучшить ваше посещение и создать новые возможности для общения.

В рамках выставки также предусмотрены дискуссии, вебинары, специальные мероприятия для поиска новых идей, распространения идей и распространения культуры визуального общения.

Подробности в дополненной реальности к этой новости и на сайте: <https://hyperreality.viscomitalia.it/>

# ЭКОСОЛЬВЕНТНЫЕ ЧЕРНИЛА С МИРОВОЙ ГАРАНТИЕЙ

Чернила для принтеров ROLAND, MIMAKI и OKI ColorPainter

**TRIANGLE**

- Яркие чернила с качественной адгезией
- Слабый запах
- Быстрое время высыхания
- Не требуется промывка и перефилирование при переходе с OEM
- По цвету и химическому составу совместимы с оригинальными чернилами
- Мировая гарантия на красочный тракт

123290, Москва, Мукомольный проезд, д. 4А/2  
+7 (495) 956 1115, info@prizmix.ru, www.prizmix.ru

## Новый тип контурной подсветки конструкций и зданий

Оборудование подходит для декорирования зданий, АЗС. Производителям рекламы оно интересно и как инструмент создания оригинальных инсталляций.

Под брендом МАКСBRIGHT (компания «Максилед») представлено новое не только для российского, но и европейского рынка оборудование для архитектурной подсветки — линейные светильники Tube line. Среди особенностей новинки — устойчивость к механическим, погодным и техническим воздействиям, универсальность, простой и понятный алгоритм установки, неординарный декоративный эффект. «Тублайны» — цветные светодиодные трубки, которыми создаются непрерывные световые линии по контуру зданий и конструкций. Уникальность эстетики контурной подсветки нового типа — в интенсивности цветопередачи ярких оттенков корпуса трубок. В распоряжении производителей наружной рекламы и дизайнерских компаний — выбор от стандартных белого, красного или зеленого до оригинального янтарного и многоцвет-

ных вариантов RGB, Full colour.

Каждый светодиод внутри корпуса оснащен эллиптической линзой для равномерного свечения, а световой элемент в целом имеет силиконовую влагозащиту. Оборудование подходит для декорирования зданий, АЗС. Производителям рекламы оно интересно и как инструмент создания оригинальных инсталляций. С помощью Tube line можно создать любую светодинамику, а технические характеристики позволяют синхронизировать работу с другим полноцветным оборудованием. Длина изделий варьируется в диапазоне от 218 до 2370 мм.

Светильники нового поколения экологичны, безопасны и экономичны за счет оптимальной мощности 5 Ватт на 1 п.м. Помимо энергосбережения этот фактор обеспечивает владельцам объектов и долговременную эксплуатацию светотехники.



# Отраслевые выставки, которые мы ждем в 2021 году.

Уходящий год стал беспрецедентным по количеству отмененных выставок как в России, так и во всем мире. Некоторые выставки переносились неоднократно. А что готовит нам год грядущий?



Олег Вахитов,  
главный редактор журнал НАРУЖКА

Несмотря на некоторый оптимизм со стороны мирового бизнес-сообщества, риски отмены массовых мероприятий остаются по-прежнему актуальными. И дело не только в пандемии. Закрытые границы между некоторыми странами, боязнь подхватить коронавирус, а также падение доходов отдельных экспонентов провоцируют многие компании отказываться от традиционного участия в выставках, что негативно сказывается на финансовом и имиджевом потенциале предстоящих мероприятий и может спровоцировать новую волну переносов выставок (если не банкротств). Очевидно, что лишь массовая вакцинация вдохнет полноценную жизнь в индустрию выставок и отраслевых международных конференций.

Некоторую надежду вселяет опыт Китая, который уже с лета этого года практически восстановил выставочную деятельность, обеспечив необходимые меры безопасности. Но стоит признать, что в настоящее время выставки в Китае проходят преимущественно в условной изоляции ввиду закрытых границ со многими странами. Благо, местного населения вполне достаточно, чтобы обеспечить необходимое количество участников и посетителей выставок. Но без интеграции с мировым бизнесом, которая во многом определила рост китайской экономики, выставки нельзя назвать полностью успешными.

Тем не менее ведущие организаторы уже анонсировали свои мероприятия в будущем году. Обратим внимание на некоторые из них, которые планируются на первую половину следующего года.

## VISCOM

12-14 января 2021,  
Дюссельдорф, Германия.

Это международная выставка технологических решений в области визуальных коммуникаций. Организатор, компания Reed Exhibition, объединит на одной площадке с VISCOM еще две выставки: PSI и Promo Tech Expo. Первая из них посвящена промо-индустрии (сувениры, бизнес-подарки и т.п.), а вторая выставка посвящена технологиям производства спецодежды, спортивной одежды и одежды для промоутеров. Ожидается, что благодаря одновременному проведению трех отраслевых шоу по соседству друг с другом посетители каждой из выставок смогут получить максимальный объем полезной для развития своего бизнеса информации в сфере рекламных технологий, маркетинга и продаж.

Несмотря на так называемую «вторую волну» пандемии, организаторы с оптимизмом смотрят на предстоящее уже в январе мероприятие.

## RemaDays

10-12 февраля 2021,  
Варшава, Польша

Международная выставка рекламы и полиграфии RemaDays Warsaw проводится с 2005 г. и постоянно развивается, ежегодно привлекая все большее количество участников и посетителей. На RemaDays Warsaw в течение трех дней на площади 35 000 м<sup>2</sup> встретятся представители отрасли со всего мира. В последней выставке при-

няло участие 795 участников и 21 000 посетителей, благодаря чему мероприятие стало одним из самых важных событий в Европе в данной отрасли.

Тематические сектора выставки объединяют практически все сегменты визуальной рекламы, печати и промо-сувениров. На текущий момент свое участие анонсировали 226 экспонентов преимущественно из Польши, а также из других стран ЕС и Великобритании.

Привлекательность выставки для российского посетителя может быть в том, что доехать до неё из восточной части России можно и на автомобиле. Если, конечно, к тому времени будут открыты соответствующие границы.

## DPES Sign & LED Expo China 2021

27 февраля — 1 марта 2021,  
Гуанчжоу, Китай.

Выставка продемонстрирует передовые технологии, оборудование и расходные материалы в индустрии вывесок, цифровой печати и светодиодной техники. Среди экспонатов: цифровое печатное оборудование, планшетные УФ-принтеры, лазерные граверы, фрезерные станки с ЧПУ, материалы для печати и чернила, аксессуары для печати и гравировки, вывески, световые короба, объемные буквы, posm, акриловые панели, светодиодные экраны и так далее.

Выставка разместится на 85.000 кв. м и ожидает более 60.000 посетителей, которым свою продукцию представят более 1100 экспонентов.





DPES Sign & LED Expo China относительно успешно прошла в сентябре текущего года, приняв чуть меньше 50.000 посетителей, из которых около 4.000 были иностранцами. Эти показатели далеки от допандемических, но организаторы настроены оптимистично.

### FESPA Global Print Expo

9-12 марта 2021,  
Амстердам, Нидерланды

Не будет преувеличением сказать, что это, пожалуй, крупнейшая в мире выставка, посвященная технологиям цифровой и трафаретной печати (Drupa не в счет, там много офсета). Выставка FESPA дважды из-за covid-19 переносилась в 2020 году, поэтому организаторы вновь проявляют осторожность. На сайте выставки вам предлагают не купить билет, а лишь «зарегистрировать интерес».

Тем не менее, если удача не отвернется от нас, то на одной площадке с FESPA Global Print Expo мы увидим также экспонентов выставки European Sign Expo, где кроме печатных технологий будут представлены различное оборудование и расходные материалы для производства вывесок и posm.

### ISA International Sign Expo 2021

7-9 апреля, Лас Вегас, США

Это одна из любимых выставок российских рекламистов. Но не из-за её разме-

ров и высокой технологичности, а прежде всего, из-за места проведения. Однако есть вероятность, что выставку не удастся посетить и в будущем году. Несмотря на то, что она анонсирована на сайте Ассоциации ISA (организатор выставки), сайт самой выставки пока не заполнен информацией, на нем лишь крутится баннер, сообщающий, что выставка 2020 года отменена. Оно и понятно — США являются лидером по количеству заражений и, как следствие, по неопределенности в отношении массовых мероприятий. Так что, как говорится, следите за новостями.

### Drupa

20-28 апреля 2021,  
Дюссельдорф, Германия

Drupa — мощный драйвер роста и развития мировой полиграфической промышленности, медиа-технологий, упаковочного производства и других сфер промышленности. Это крупнейшая полиграфическая выставка в мире, объединяющая все существующие технологии печати.

Drupa проходит раз в четыре года, 2020 должен был стать очередным, но выставку также пришлось перенести на 2021 год. Интрига заключается в том, что уже в прошлом месяце несколько крупнейших участников, традиционно арендовавших в совокупности тысячи квадратных метров площади, отказались от участия в предстоящем шоу. Неизвестно, вызвано ли это повышенными рисками из-за пандемии или ухудшившимися финансовыми показате-

лями компаний, но факт остается фактом. Впрочем, учитывая беспрецедентно большое количество потенциальных участников (ожидается более 1800 стендов), уход нескольких крупных игроков вряд ли отразится на решении провести выставку, которую посетители и так ждали целых пять лет вместо четырех.

Среди разделов выставки: промышленная печать, упаковочное производство, 3D-печать, функциональная печать, технологии будущего.

В предыдущие годы, чтобы попасть на выставку, необходимо было бронировать отели и авиаперелеты за полгода и раньше. Иначе шансы попасть на drupa стремились к нулю. Любопытно, как сложится ситуация в будущем году и не пора ли бронировать хотя бы отели уже сейчас?

Факт проведения той или иной зарубежной выставки в будущем году, к сожалению, еще не гарантирует возможность присутствия на ней российских специалистов, так как многое будет зависеть от открытости границ. Поэтому нам, как всегда, остается надеяться на лучшее.

Из российских выставок, проходящих в Москве, с нетерпением ждем открытия выставки «Дизайн и реклама», которая планирует открыть свои двери в Гостином дворе с 14 по 16 апреля 2021 г., Printech (15-18 июня 2021, «Крокус Экспо») и выставки «РЕКЛАМА-2021» (18-21 октября 2021, «Экспоцентр»). О них мы еще напишем подробнее.

# Дорогу осилит идущий!

В конце октября состоялась зум-конференция Ассоциации производителей средств визуальной рекламы и информации «ВизКом», на которой участники обсудили текущую ситуацию в отрасли и поделились мнением относительно того, что необходимо делать, чтобы оставаться в рынке.

Среди участников конференции были как представители рекламно-производственных компаний, так и поставщики материалов и оборудования, что позволило посмотреть на ситуацию с разных сторон. Поставщики дали свою аналитику, ссылаясь на объемы продаж и изменения в предпочтениях покупателей, а производители рекламы представили картину изнутри, рассказали о поведении заказчиков наружной рекламы.

## Что происходит?

Все без исключения отметили ухудшение ситуации с маржинальностью бизнеса. Понятно, что клиент всегда использует кризисную ситуацию, чтобы снизить цены у своего поставщика услуг, иногда даже если его бизнес продолжает расти, как и акции компании (например, продуктовый ритейл). Но в этот раз желание клиента снизить цены активно поддерживают и некоторые участники рынка — производители вывесок. Конечно, речь идет не о тех профессиональных компаниях, у которых отлажены технологии, установлено качественное оборудование, для изготовления вывесок используются проверенные материалы, на производстве работают специалисты с большим опытом. Демпингуют, прежде всего, мелкие так называемые гаражные компании и многочисленные новички.

Благодаря цифровизации бизнеса и появлению недорогого полуавтоматического оборудования вход на рынок стал доступным для многих желающих. Достаточно поставить в гараже взятый в лизинг недорогой станок, сделать лэндинг на бесплатном взб-конструкторе, разместить пару десятков фотографий в социальных сетях (иногда даже не своих) и бизнес готов! А как получить клиента, если ты недостаточно хорошо разбираешься в технологиях и тебя мало кто знает? Правильно, предло-

жить более низкую цену. Клиент видит современный лэндинг, очень интересную цену, громкие обещания и передает заказ другому подрядчику либо начинает требовать снижения цены до «рыночной» у своего подрядчика.

**Роман Герасимов, руководитель компании «ЛазерСтиль»** прокомментировал ситуацию: «Заказчик каждый год опускает цены. Мы видим это по своим проектам. В этом году выходим на тендер с уже оптимизированными ценами, а нам заявляют, что победитель предложил в полтора-два раза ниже. Существенное понижение цен мы наблюдаем почти по всем клиентам. При том, что материалы на вывески дорожают, аренды не падают, зарплаты кое-где даже растут, клиенты всё равно постоянно снижают бюджеты в расчете на одно изделие, аналогичное прошлому. К тому же растет отсрочка платежа, значит, процент за пользование кредитом растет. Всё растёт, а цены на вывески падают. Получается, что те, кто выигрывают тендеры, жертвуют своей маржой. Работа ради работы. Нет возможности вкладываться в развитие, обучать персонал, модернизировать оборудование. Отчасти люди соглашаются на работу ради еды из-за финансовой безграмотности, не умея точно высчитывать рентабельность того или иного заказа, планировать бюджеты, инвестиции в развитие».

Пандемия внесла еще один новый поведенческий паттерн в действия клиентов. Раньше, когда речь шла о средних и крупных заказах, клиент проводил аудит производства РПК, выезжая на место изготовления его будущей конструкции. Сейчас же многие этапы сделки начали происходить онлайн без посещения производств. В парадигме современных трендов это можно было бы поприветствовать, но справедливости ради надо сказать, что, когда речь идет о сложных объектах или

крупных заказах, аудит производственных мощностей и квалификации рекламно-производственной компании не помешал бы. Как отметили участники конференции, в целом требования к РПК даже у крупных клиентов существенно понизились, из-за чего к тендерам получили доступ, в том числе, компании с низким уровнем профессиональных компетенций.

**Алексей Бобков, руководитель компании «Икстрим»:** «Еще есть клиенты, которые продолжают предъявлять высокие требования. Но есть и те, кто готов по образцам изделий принять решение о сотрудничестве без какого-либо аудита компании. В целом требования упростились. Основное требование — цена».

Инструменты онлайн коммуникаций позволили выйти на столичный рынок и региональным операторам. С одной стороны, это усилило конкуренцию в борьбе за сетевых клиентов и также спровоцировало снижение цен на услуги. С другой стороны, региональные компании получили возможность расширить рынок вокруг себя, так как в некоторых регионах ситуация с заказами на изготовление вывесок приблизилась к критической.

**Дмитрий Платонов, директор компании «Моторр»** из Хабаровска, отметил: «У нас спад был примерно на 40% в апреле-июне. Ощущаем те же проблемы — падение маржи, агрессивное поведение новых и гаражных компаний. Не все игроки воспринимают наружку, как ремесло. Некоторые просто выходят на рынок заработать денег. Не получается, уходят, опустив при этом цену».

«Бороться с теми, кто демпингует, бесполезно. — Резюмировал Роман Герасимов. — Понятно, что клиент, получающий цену в полтора-два раза ниже, не получит столь же качественный продукт и обслуживание. Поэтому и нам не стоит снижать свой уровень качества».

Разумеется, не только снижение маржинальности бизнеса оказывает давление на индустрию производства средств визуальной рекламы.

Роман Герасимов отметил, что на рынке сетевых клиентов произошел существенный спад. Многие компании в ожидании возобновления экономического роста заморозили или уменьшили инвестиции в открытие новых торговых центров и точек продаж. Туманные перспективы формируют неопределенность в работе рекламно-производственных компаний. По словам Романа несколько лучше обстоят дела в направлении производства P.O.S.M. и торгового оборудования, но и там, например, в этом году уменьшилось количество заказов на изготовление дорогих промо-материалов и инсталляций на новогодние праздники.

Описываемые процессы подтверждает статистика продаж от компаний, поставляющих на рекламный рынок оборудования и расходные материалы.

**Сергей Окованцев, директор по маркетингу компании «ВРС»:** «Еще до начала пандемии мы заметили спрос на комплектующие, которые уменьшают себестоимость производства световой рекламы, поэтому заранее завезли на склад новинки — светодиоды, которые имеют меньший размер, светят ярче, являются более энергоэффективными. И спрос на такую технику был и остается достаточно высоким».

**Компания «Конфлекс»** в основном составляет продукцию для мелких и средних компаний рекламного рынка России. Её руководитель, Станислав Тен, сообщил, что если проанализировать динамику спроса в их компании, то можно увидеть, что наиболее устойчивыми к кризису оказались мелкие РПК: «У нас средний и мелкий сегмент клиентов. В течение года в зависимости от тех или иных ограничительных мер в конкретных регионах, мы чувствовали просадки. Но в целом примерно все равно. Что касается структуры спроса. Она практически не изменилась. Меньше, конечно, стали продавать тяжелого оборудования. На недорогое спрос не изменился, потому что им пользуются мелкие производители. Небольшим фирмам удалось сохраниться благодаря гибкости».

Стабильный спрос на недорогое оборудование подтвердила и **Юлия Арешко, руководитель компании «Русском»:** «Подразделение мелкой техники на сегодняшний

день в нашей компании восстановилось почти полностью. Под удар попали более дорогие модели. Денег стало меньше, плюс вырос курс валюты. Люди также придерживают деньги — кто знает, что будет дальше? Участились случаи возврата оборудования по лизингу. У нас было уже три случая, когда оборудование возвращалось. У нас раньше такого не было. Люди сползают с более дорогостоящего оборудования на более дешевое. Но нельзя сказать, что всё остановилось. Рынок продолжает жить».

Участники конференции согласились, что спрос на недорогое оборудование — временная вынужденная мера, и не все компании, предлагающие в качестве инструмента продаж сверхнизкие цены, смогут долго продержаться в бизнесе.

Позитивный настрой поддержал **Андрей Макачев, руководитель компании «Смарт-Т»:** «Мы заметили уход с рынка компаний, которые демпинговали. В некоторых регионах после их ухода цены на рынке выросли, и наши клиенты стали чувствовать себя лучше. Хотя и уменьшился объем заказов, но благодаря повышению маржинальности они чувствуют себя неплохо».

Сергей Окованцев констатировал спрос и на тяжелое оборудование: «У нас станки металлообработки и лазерной резки растут в продажах. В металлообработке мы видим рост на 20%. Глядя на эти продажи, понимаем, что движение есть. Мы верим, что и на рекламном рынке всё будет хорошо».

### Что делать?

И всё же, как продолжать работать в индустрии в условиях жесткого демпинга и снижения требований к стандартам качества со стороны клиентов?

О своем опыте рассказал **Павел Мизрахи, руководитель компании ReSeM:** «Мы сильно перестроились за последнее время. У нас сейчас 75% заказов — это торговое оборудование, причем, высокотехнологичное, где присутствует сложная электрическая коммутация, покраска изделий, обработка МДФ, перфорация металла и т.д. Я вижу способ для выживания — установку оборудования, с помощью которого можно производить изделия, недоступные большому количеству участников рынка. Уход в высокотехнологичные ниши позволит снизить конкуренцию и повысить маржу. Возможно, даже речь может идти о переходе на другие рынки, где можно

предлагать продукцию, выполненную на нашем оборудовании».

Направление P.O.S.M. и торгового оборудования оказывают существенную поддержку и бизнесу «ЛазерСтиль». В компании «Моторр» организовали сборку светодиодных экранов, рентабельность этого направления пока позволяет зарабатывать достаточно средств даже в условиях кризиса.

Интересным наблюдением поделился **Андрей Кандауров из компании Runline, г. Казань:** «Мы производим и поставляем на рынок различные контроллеры. В целом спрос упал, но в июне-июле произошло чудо. Мы запустили вторую смену, думаем о третьей. Мы увидели повышенный спрос на сложные проектные решения, когда нужно управлять вывеской, а еще контролировать силу тока, работу блоков питания, передавать сообщения в удаленные места и так далее. Мы сконцентрировались на новых проектах, на разработке новых контроллеров и возлагаем на них большие надежды. У людей появилось больше времени, поэтому стали больше думать над более сложными решениями, чтобы предлагать их клиенту в качестве конкурентоспособной альтернативы стандартным вариантам. К тому же новое решение — это всегда хороший повод снова обзвонить заказчиков и предложить им что-то свежее, особенное».

Не менее важным для устойчивости бизнеса является настрой менеджмента компании, способность выстраивать правильные стратегии.

Станислав Тен: «Мы планируем, что следующий год будет примерно таким же, как 2020-й. Нам, как предпринимателям, надо подготовиться, спланировать бюджеты, подготовить коллективы. В нашей компании мы пишем сценарии «А что, если...» И в случае ситуации «Х» мы достаем соответствующую бумагу и спокойно действуем согласно спланированному ранее сценарию».

Андрей Макачев: «Во время ограничений мы проводили тренинги персонала, обучение специалистов и клиентов. Это позволило нам быстрее начать восстанавливать объемы продаж».

Юлия Арешко: «Нас ждет нестабильность. Выйдем из неё не без потерь. Но человечество устроено так, что временами нужна встряска, чтобы мы вышли из состояния стагнации. Дорогу осилит идущий. Первые гибнут те, кто подвергается панике».

# Мы с вами уже встречались? И снова рады нашей встрече!

Осень — традиционное время для проведения выставок и презентаций оборудования как в полиграфии, так и в рекламной отрасли. Но эта осень — особенная, первая осень в условиях пандемии. И практически все отраслевые выставки отменены, презентации свернуты. Все большую популярность набирают мероприятия онлайн: вебинары, видеоконференции. В таких условиях возможность живого общения с клиентами для продавцов оборудования особенно ценна, а для конечных клиентов возможность посмотреть технику вживую, напечатать свои образцы, расспросить обо всех нюансах технических специалистов, важна как никогда.



В начале октября в Екатеринбурге прошла Неделя открытых дверей в компании «Графические системы», на которой была представлена самая разнообразная техника для рекламного и полиграфического производства.

Сложившаяся ситуация внесла свои коррективы в отрасль и формат мероприятий. Выступления спикеров на большой площадке сменились на «камерный» фор-

мат. **Сергей Бакшиц, генеральный директор компании «Графические системы», подчеркивает:** «Наша компания традиционно дважды в год проводит семинары и выставки. В этом году мы приняли решение провести выставку именно в октябре, потому что это начало нового полиграфического сезона». Выставку компании посетили постоянные и новые клиенты из Екатеринбурга, Челябинска, Тюмени,

Перми, Кургана, которые оценили формат шоурума и отметили актуальность мероприятия.

В центре внимания на выставке долгожданная новинка 2020 года: УФ-плоттер Mimaki UJV100-160. Плоттер UJV100-160 оснащен двумя печатающими головками последнего поколения, благодаря которым обеспечивается высокое качество изображений даже в скоростных режимах печати. **Юрий Третьяк, коммерческий директор компании «Мимаки-Урал»:** «Это идеальное решение для производства наружной и интерьерной рекламы, POS-материалов, печати наклеек и этикеток, автостайлинга, транспортной рекламы, художественных репродукций, декоративных панно, дизайнерских обоев и многого другого. Печать может осуществляться на материалах широчайшего спектра, включая разнообразные бумаги, ПВХ-пленку (в том числе флуоресцентную), световозвращающую пленку всех типов. Модель имеет самую высокую производительность при самых низких эксплуатационных затратах среди своего класса. Именно на выставке одна из компаний оценила возможности машины и приняла решение о приобретении. Отдельно стоит отметить экологически безопасные чернила нового поколения LUS-210. Печать на Mimaki UJV100-160 безопасна для производства, связанного с детьми. Пример из



**Сергей Головченко, руководитель отдела продаж Mimaki ГК «РуссКом» (Москва):**

«Мы давно используем подобный формат не только для продвижения различных продуктов, но также для более близкого знакомства с чертами заказчиков определенных регионов. Россия — большая страна, и чем дальше от центра, тем важнее быть знакомым с местной спецификой. Плюс ко всему, во времена пандемии, вирусом и ограничений передвижения подобные мероприятия — редкость, ведь все переходит в онлайн, по этим причинам ценность живого общения возрастает.

Крупнейший поставщик оборудования Mimaki и расходных материалов на Урале, компания «Графические системы», наш ближайший партнер, представил в регионе новинку — стартовый рулонный УФ-принтер Mimaki UJV 160. Эта модель имеет очень много плюсов — это экологически чистый УФ-принтер с шириной 1,6 м, невысокой стоимостью и близкой к сольвенту себестоимостью печати, а также имеющий специальные цвета — белый и лак, что расширяет возможности по производству конечного продукта.

«Графические системы» — давний и стратегически важный партнер ГК «РуссКом», последние десять лет мы активно сотрудничаем по разным видам продуктов, проводим мероприятия и развиваем долгосрочные бизнес- и, конечно же, дружеские отношения с этой компанией. Могу отметить, что весь состав компании — высококвалифицированные и опытные специалисты — этот основной ресурс, а также постоянное желание брать новые вершины объединяют обе компании в своем сотрудничестве».

По итогам проведения мероприятия несколько клиентов серьезно заинтересовались новинкой — рулонным УФ-принтером Mimaki UJV100-160 и провели переговоры о приобретении данной модели. Первая в Уральском регионе Mimaki UJV100-160 будет установлена в Миассе, за ней последуют еще, как минимум, два принтера. «Рынок давно ждал такую модель, она интересна заказчикам не только с точки зрения ее технических достоинств, но и с точки зрения стоимости приобретения, себестоимости печати и себестоимости владения», — отметил Сергей Бакшиш. «Мы рассчитываем осуществить поставку порядка десятка таких машин в уральский регион».

практики: оборудование успешно используется для брендинга крупных детских батутов».

Партнером мероприятия выступила компания «РуссКом» — официальный дистрибьютор оборудования Mimaki на территории России с 2002 года. Сергей Бакшиш: «С компанией «РуссКом» нас связывают теплые отношения, которые сложились за долгие годы сотрудничества.

Благодарим компанию «РуссКом» за поддержку в проведении данного мероприятия. Максим Бардашев, технический консультант отдела продаж широкоформатного печатного оборудования Mimaki и Сергей Головченко, руководитель отдела продаж ГК «РуссКом», активно участвовали все дни проведения выставки — демонстрировали оборудование в работе, провели обучение наших специалистов».

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

реклама

# «Технографика» представила оборудование, в которое выгодно инвестировать

Грамотные инвестиции — это не про то, чтобы как можно больше сэкономить, а про то, чтобы получить максимальную прибыль на единицу вложенных средств. И это касается не только инвестиций в акции, но также, например, в оборудование и расходные материалы для печати. О некоторых удачных вариантах вложения средств в развитие печатного бизнеса рассказали на презентации в рамках Дня открытых дверей в компании «Технографика».

Компания Ricoh представила ряд решений для офисной полиграфии и цифровой широкоформатной печати. Акцент в презентации для участников мероприятия был сделан на латексном принтере серии Pro L5100. Уникальность данного оборудования заключается в том, что в нем используются не термоструйные печатающие головки, а те же промышленные головки Ricoh Gen5. Они рассчитаны на весь срок работы принтера, их не нужно менять, они неприхотливые в обслуживании. Для работы на латексном принтере Ricoh Pro L5100 оператору не требуется получать специальные знания.

Еще одна особенность данного принтера — возможность печатать белыми красками, что существенно расширяет спектр используемых для печати носителей — можно печатать на прозрачных, металлизированных и цветных материалах. В Ricoh Pro L5100 используются чернила на основе латекса последнего поколения с уменьшенным расходом и повышенной укрывистостью.

Тему краски для печатного оборудования продолжил Сергей Белоусов из компании Fujifilm, представив чернила Uvijet. «Главное в чернилах — это стабильность

цвета. — Отметил Сергей. — Цвет в любых чернилах создается путем добавления соответствующего пигмента. Плохо помолотый пигмент начинает слипаться и чернила получаются с неравномерным окрасом, печать становится нестабильной. Мы сами мелим пигмент, добиваясь стабильной вязкости и равномерного размытия пигмента, что, в свою очередь, позволяет гарантировать стабильное качество печати».

Компания Fujifilm первая предложила моментально полимеризующиеся УФ-чернила еще в 1999 году. Тогда они использовались в первых мире планшетных принтерах Inca. Таким образом за долгие годы накоплен солидный опыт по работе с УФ-чернилами. Стоит добавить, что чернила Uvijet имеют широкий цветовой охват — могут попасть в 95% цветов из Pantone. Они экономичны, не подсыхают во время простоя оборудования. И, что актуально в наши дни, при производстве чернил Uvijet большое значение уделяется экологичности как самого продукта, так и процессу его изготовления.

Завершил презентацию Иннокентий Виленский, сооснователь компании «Технографика», представив китайскую компанию Docan и производимую её продукцию.

Docan была основана в 2005 году, а активное сотрудничество с «Технографикой» началось в 2012 году, когда на российский



рынок было поставлено несколько десятков УФ-принтеров с головами Ricoh Gen5, которые успешно работают и по сей день. В последние три года Docan производит более 1000 принтеров в год. С 2019 года оборудование комплектуется собственной электроникой, которая способна повысить эффективность работы печатающих головок до двух раз.

Docan производит всю линейку УФ-принтеров: от рулонных, до гибридных и комбо-машин.

В ходе презентации Иннокентий Виленский представил новую линейку УФ-принтеров Docan серии M. Вся серия комплектуется головками Kyocera или головками Ricoh Gen6.

По словам Иннокентия в настоящее время внешне и иногда по характеристикам печатное оборудование одного класса выглядит примерно одинаково. Разница кроется в деталях. В УФ-принтерах Docan, например, используется система сервоприводов подобно тем, что используется в других премиальных брендах. Чтобы перемещение портала было точным и быстрым, применяется двойной сервопривод. Один двигатель расположен слева, другой справа. Они напрямую передают момент либо на шарико-винтовую пару, либо на ременную передачу в зависимости от модели. Позиционирование портала происходит по растровой линейке, которая выполнена из металла и имеет разрешение 1 мкм. Она несъемная, устанавливается на весь срок эксплуатации, её невозможно поцарапать, не нужно обслуживать. Она не может растянуться или размагнититься. Достаточно лишь раз в 1-2 месяца протереть её, чтобы не было пыли. Это высокое разрешение позволяет очень точно позиционировать каплю на материале в том числе при печати в несколько проходов.

«Наше преимущество — качественные комплектующие, которые обеспечивают высокую эффективность и долговечность работы оборудования. — Говорит Иннокентий Виленский. — Ресурс хорошей машины должен быть не менее 10 лет, чтобы инвестиции оказались наиболее прибыльными».

Docan, являясь одним из лидеров местного рынка, имеет широкую дилерскую сеть, через которую изначально прокатываются и тестируются все новинки. Благодаря этому российский потребитель получает

уже проверенные решения, а не выступает в качестве испытуемых, когда речь идет о поставках новых моделей оборудования.

«Еще одно преимущество для тех, кто приобретает УФ-принтеры Docan, — эффективный менеджмент. — Продолжает Иннокентий. — Когда у нас возникают проблемы, мы можем обратиться в техподдержку производителя. Все инженеры, с которыми мы начинали работать в 2012 году, работают до сих пор — это стабильный и профессиональный коллектив. Часто, когда у нас заказывают принтер, завод просит контакты покупателя. Он уведомляет его, что машина поступила в сборку, уведомляет, когда машина собрана, о предоставленных скидках и так далее. И если происходит задержка по той или иной причине, завод уведомляет об этом клиента напрямую».

#### Серия M представлена моделями Docan H3000M, Docan H3000RM, Docan H1600M.

Среди основных изменений в новой линейке:

— магнитный линейный привод каретки принтера, который позволяет избавиться от промежуточных элементов конструкции, что позволяет добиться больших значений скорости линейного перемещения каретки без потери качества печати, а также экономить дополнительное время на разгоне и торможении за счёт большего ускорения,

— новая электроника и управляющий софт, которые позволяют использовать все узлы принтера, включая новые головки, с максимальной эффективностью и с прицелом на дальнейшие апгрейды оборудования.

Кроме того, переработаны чернильно-головочные тракты, система управления обратным вакуумом, увеличено максимально возможное количество печатающих головок. Новая каретка принтера позволила эргономичнее расположить антистатическую и защитную системы, LED блоки.

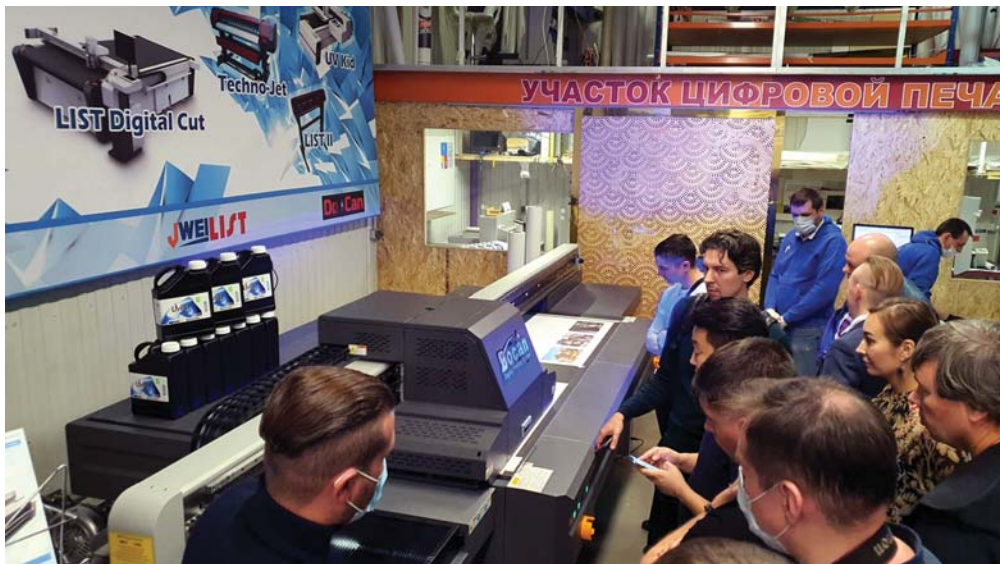
Традиционными остались: тяжелые массивные рамы с высокой структурной жёсткостью, толстые рабочие столы, быстрые и точные приводы портала на основе двойного сервопривода.

«Наше оборудование — multifunctional, его можно использовать в разных индустриях. — Подытожил руководитель «Технографики». — Наши чернила универсальны и дают одинаково хорошие результаты на любых носителях. Не нужно перенастраивать машину на другие рынки. Она всегда готова к работе».

По окончании презентации её гости и участники отправились в рабочий цех, где смогли увидеть оборудование в действии. Всю представленную на мероприятии продукцию можно приобрести в компании «Технографика».

Дни открытых дверей продлятся до 19 ноября текущего года. Если вы хотите обсудить, как грамотно инвестировать в широкоформатное оборудование, приходите в «Технографика», вам с удовольствием расскажут об этом.

P.S. После месяца открытых дверей УФ-принтер Docan серии M будет показан на выставке «Мебель 2020».



# DISPA — новые разнообразные продукты из твердых листов на бумажной основе от 3A COMPOSITES



С 2015 года 100% картон DISPA является важной частью продуктового портфеля 3A Composites Display Europe. В настоящее время компания представляет три новых разновидности: увеличенной толщины, версию для улицы, а также вариант с эффектом «холст».

DISPA — это экологически чистый носитель для трафаретной и цифровой печати. В дополнение к хорошо известному варианту толщиной 3,8 мм теперь доступен DISPA толщиной 2,4 мм. Еще одна впечатляющая новая опция — DISPAcanvas с высококачественными покрывающими листами с обеих сторон в виде «холста». DISPAoutdoor — идеальный носитель для краткосрочного использования вне помещений. Вся продукция DISPA изготавливается из бумаги с сертификатом FSC® (FSC® C127595).

Уникальная структура DISPA обладает выдающимися свойствами, и как бумажный продукт он на 100% пригоден для вторичной переработки. Листы можно просто и недорого утилизировать как макулатуру. DISPA убеждает уникальной бумажной

сердцевиной — благодаря ненаправленному внутреннему слою дисплейных панелей DISPA они обеспечивают оптимальную плоскостность и стабильность размеров, но при этом остаются легкими. Одинаково высокий уровень жесткости в продольном и поперечном направлениях — одно из главных преимуществ перед гофрокартоном.

Листы DISPA являются идеальной подложкой для печати и идеально подходят для высечки или обработки с использованием технологий ЧПУ. Они являются идеальным решением для: рекламных кампаний внутри помещений, подвесных вывесок, дисплеев и POS / POP приложений, а также для краткосрочного использования вне помещений (DISPAoutdoor).



DISPAcanvas — толщина 3,8 мм (5 слоев).  
— Текстура холста.  
— Для специальных визуальных эффектов.



DISPAoutdoor — толщина 2,2 мм (3 слоя).  
— Гладкие белые поверхности.  
— Для кратковременного наружного применения.





DISPA — толщина 2,4 мм (3 слоя) и 3,8 мм (5 слоев).  
 — Блестящий белый цвет с гладкой поверхностью.  
 — Великолепные результаты печати.

**О компании 3A Composites Display Europe:**

3A Composites Display Europe, подразделение 3A Composites Group и часть Schweiter Technologies AG, работает на международном уровне. Компания является ведущим производителем листовых материалов для визуальной коммуникации наряду с Polycasa Group и Perspex International Ltd.

Благодаря разнообразному ассортименту продукции, который включает алюминиевые композитные листы DIBOND®, жесткие пенопластовые листы FOREX® и FOAMALITE®, легкие пенопластовые плиты КАРА®, FOAM-X®, SMART-X® и GATORFOAM®, картоны DISPA®, LUMEX® и листы HIPEX® PET, а также листы акрилового стекла PERSPEX®, CRYLUX™, CRYLON® и АКРЫЛОН® и листы поликарбоната IMPEX®, 3A Composites могут предложить своим клиентам уникальный и идеально согласованный ассортимент продукции — и все из одних рук.

Основные области применения продуктов: цифровая и трафаретная печать, строительство выставочных стендов и производство торгового оборудования, дизайн интерьеров и магазинов, фотомонтаж, а также вывески, дисплеи POS / POP и изготовленные мебели.

Благодаря всемирной сети производителей и дилеров продукция под маркой доступна в короткие сроки более чем в 80 странах. Эта сеть основана на партнерстве 3A Composites с ведущими дистрибьюторами в секторах бумаги, пластмасс и металла, которые предлагают не только компетентные консультации, но и услуги, отвечающие индивидуальным требованиям своих клиентов.

3A Composites придает особое значение экологичным производственным процессам и экологически чистым материалам. Наша цель — обеспечить своевременную поставку инновационных продуктов высочайшего качества, отвечающих потребностям клиентов.

ВАШЕ ВИДЕНИЕ. НАШИ БРЕНДЫ. БЕЗГРАНИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ.

**DISPA® outdoor**  
НАРУЖНЫЙ ВАРИАНТ.

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

**DISPA® canvas**  
"ПОД ХОЛСТ".

100% ПРИГОДНА ДЛЯ  
 ВТОРИЧНОЙ  
 ПЕРЕРАБОТКИ.

НАИБОЛЕЕ ЭКОЛОГИЧНЫЕ ПАНЕЛИ  
 ДЛЯ ТРАФАРЕТНОЙ И ЦИФРОВОЙ  
 ПЕЧАТИ.

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

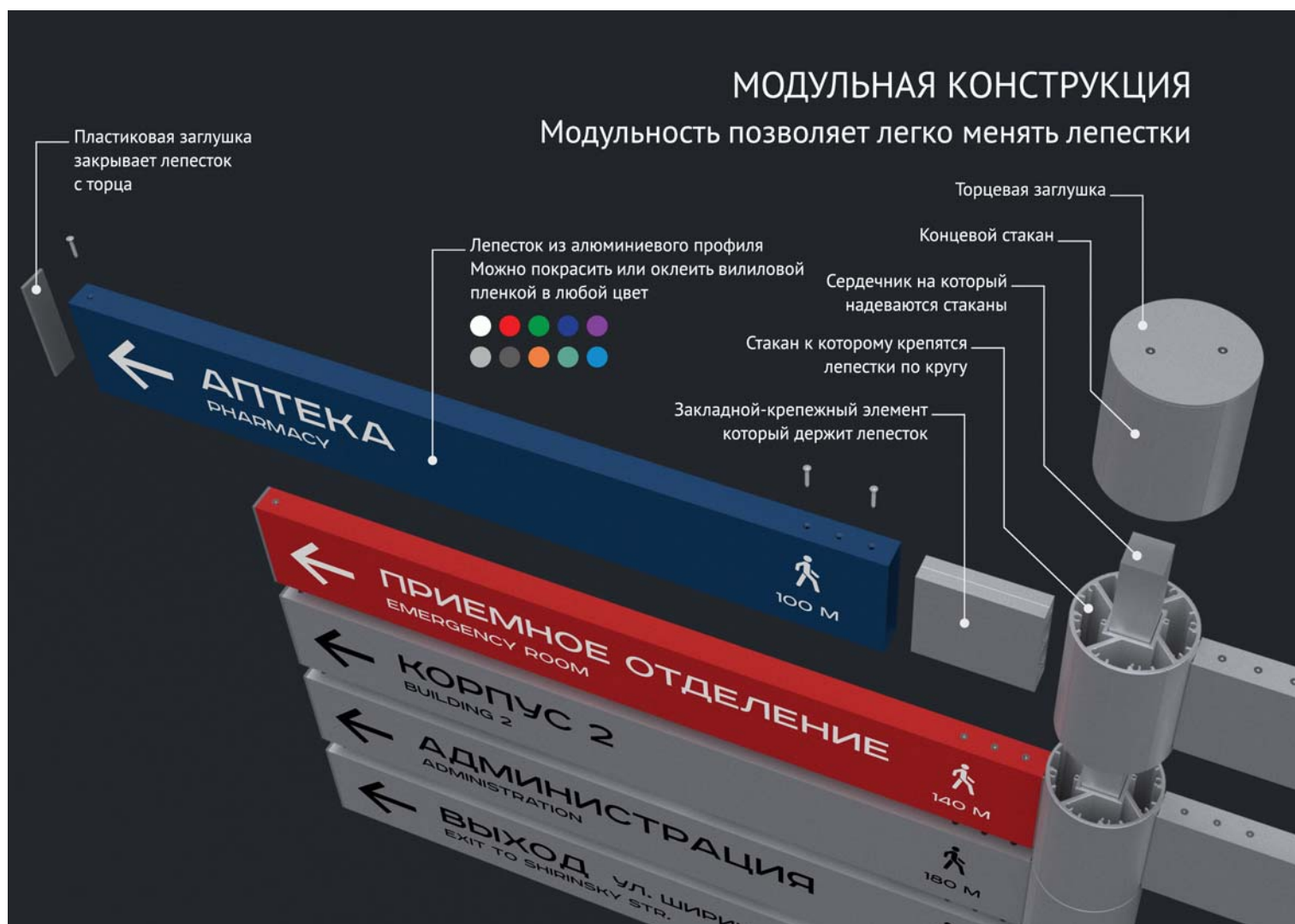
DISPA® – ИДЕАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ:

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



WWW.DISPLAY.3ACOMPOSITES.COM

# ФИНГЕРПОСТ — универсальный указатель от DEFERO



Новый и уникальный по своим качествам продукт — фингерпост (указатель на столбе) — создала компания DEFERO. Он идеально подходит как для уличного, так и интерьерного применения, а по эстетическим и функциональным свойствам в несколько раз превосходит любые существующие в настоящий момент аналоги.

### Универсальный солдат

В современном мире растут требования к применяемым в городской среде навигационным системам. Установленные сооружения должны быть не только надежными, качественными, долговечными, но иметь и безупречный внешний вид. Конструкции из чёрного металла с порошковой окраской уходят в прошлое. Если они ещё где-то и встречаются внутри помещений, то уже выглядят анахронизмом. Сейчас в ходу решения из алюминиевых

Фингерпост сделан из прочных экструзионных алюминиевых профилей с защитным анодированным покрытием. Благодаря свойствам применяемых материалов конструкция отвечает самым строгим требованиям по износостойкости и долговечности. А качество покрытия и продуманные до мелочей системы крепления позволяют использовать её практически в любых условиях. Это даёт возможность предлагать заказчикам по-настоящему комплексные, разработанные в едином стиле проекты.

Фингерпост сделан из прочных экструзионных алюминиевых профилей с защитным анодированным покрытием. Благодаря свойствам применяемых материалов конструкция отвечает самым строгим требованиям по износостойкости и долговечности. А качество покрытия и продуманные до мелочей системы крепления позволяют использовать её практически в любых условиях. Это даёт возможность предлагать заказчикам по-настоящему комплексные, разработанные в едином стиле проекты.

Универсальный навигационный указатель фингерпост легко и гармонично вписывается в любое окружение. Он эф-



профилей, композитных материалов или с применением нестандартных технологий. Однако большинство из них не годятся для применения на открытых площадках.

Разработка компании DEFERO — фингерпост — является в этом отношении универсальной. И, хотя была создана специально для уличного применения, система отлично подходит и для установки внутри помещений. Подобная технология представлена в России впервые!

### Укажет верный путь

Фингерпост представляет собой конструкцию высотой 3 м с лепестками-указателями на стойке. Габариты лепестков — 750 x 100 мм. Это оптимальный размер, позволяющий размещать на указателе всю необходимую для данного формата информацию. Важно, что установка лепестков возможна в восьми позициях под углом 45 градусов друг к другу. В каждом из направлений можно устано-

фективно работает без конфликтов с окружающей средой, но при этом ненавязчиво помогает пешеходам ориентироваться на незнакомой местности. Он будет востребован везде: в городских условиях, в бизнес-парках, больницах, в парках отдыха, санаториях, гостиничных комплексах и в других публичных местах. Данное решение является оптимальным для торговых центров и выставочных комплексов.

## На все случаи жизни

Компания DEFERO специализируется на производстве модульно-профильных указателей с лёгкой сменой информации. Фингерпост также не стал исключением. Его конструкция позволяет без особых усилий заменять составляющие в случае необходимости. Лепестки и информация на них могут быть любого цвета — нанесение выполняется с помощью виниловой аппликации или по технологии UV-печати.

Стоит отметить, что в линейке EXTER, помимо фингерпостов, есть конструкции, которые в совокупности с ними гармонично дополняют и решают комплексные задачи по рекламно-информационному оформлению объекта. В частности, это отдельно стоящие стенды, выполненные из тех же материалов и деталей, что и фингерпосты. В данном варианте профиль для лепестков может выступать в качестве отдельного информационного модуля. Если необходима единая поверхность (к примеру, для размещения карты), данный модуль производится из листового композитного материала (Dibond, Alucobond и т.п.). Исходный цвет модуля — анодированный алюминий, но по желанию его можно покрасить в RAL (при наличии тиража) или оклеить виниловой плёнкой в нужный цвет. Информация наносится аналогичным об-

разом (как для фингерпостов) — методом аппликации виниловой плёнкой или UV-печатью.

## Почему такая низкая цена?

Практически каждая рекламно-производственная компания, делая выбор между готовым решением и собственной разработкой, верит в экономическое чудо второго пути. Но в данном случае этот расчёт не сработает. Крупнооптовые закупки материалов для выпуска готовой продукции в промышленных объёмах позволяют производителю получать материалы по лучшим ценам и предлагать заказчикам все возможные опции по низкой стоимости даже с учётом затрат на раскрой материалов и другие сопутствующие расходы. К тому же расходы на раскрой и фрезеровку в поточном производстве не сопоставимы с ценообразованием штучных заказов.

Ещё один фактор ценообразования — страна-изготовитель. В сравнении с модульными системами других марок продукция системы DEFERO изготавливается из комплектующих российского производства, поэтому на её стоимость в меньшей степени влияют колебания курсов валют.

Стоит также отметить, что компания DEFERO лишь в исключительных случаях осуществляет проекты под ключ для конечного клиента. И в любом случае стоимость комплектующих модульных систем для рекламных агентств будет на 30-40% ниже, чем по прайс-листу для конечных клиентов. А если учесть стоимость дополнительных услуг, которые каждое агентство определяет для своего заказчика самостоятельно — дизайн, замеры, монтажные работы и обслуживание — то доход с таких проектов становится несоизмерим с расходами на готовые решения от DEFERO.

Конструкции от DEFERO не только выгодны по цене и облегчают выполнение поставленных заказчиком задач, но и позволяют справиться с ними в сжатые сроки. Цикл производства одного фингерпоста максимальной комплектации составляет 1 день! Поэтому смело делайте первый заказ и ощутите на себе все преимущества сотрудничества с компанией DEFERO.

## СПРАВКА:

DEFERO — российский производитель модульных указателей различного назначения. Компания создана в 2011 году. С 2012 года ежегодно представляет свою продукцию на международной выставке «Реклама» и других авторитетных и профильных смотрах.

Под торговой маркой DEFERO производятся модульные указатели из алюминиевого профиля с лёгкой сменой информации с помощью специальной присоски. Оригинальные профили собственного производства позволяют создавать самые нужные виды указателей различных размеров: настенные таблички, офисные стенды, настольные таблички, флаговые указатели, подвесные конструкции, а также пилоны. В настоящее время продукция представлена четырьмя линейками: указатели в полукруглом дизайне ARCUS, указатели в плоском дизайне LEVEL, конструкции с внутренней подсветкой SHINE. И новинка 2020 года — фингерпосты и уличные стенды из линейки EXTER.

Компания имеет широкую дилерскую сеть по всей России, её представители работают во всех крупных городах России, а также Казахстана. Среди знаковых проектов: Аэропорт города Кишинёва, ТЦ «Коллаж» в Пензе, ТРК «Глобал-Сити» Москва, ТК «Новый Мир» и ТК «Север» в Оренбурге, мясоперерабатывающий завод «Мясницкий Ряд». За прошлый год компания поставила указателей более, чем на 300 объектов в России и Казахстане.

## Контакты:

Телефон в Москве:

+7 (495) 369-11-19

Мобильный телефон для Whatsapp, Viber, Telegram: +7 967 181-77-97

Сайт: [www.defero.ru](http://www.defero.ru)

Почта: [a@defero.ru](mailto:a@defero.ru)



# Экспертные продажи «умного» света

При выборе светодиодных решений рекламно-производственные компании сегодня рассматривают комплекс предложений в разных ценовых сегментах. Но очевидно, что при широчайшем ассортименте оборудования во главу угла по-прежнему ставится его надежность и точный подбор под задачу. Это обеспечивает долгую и стабильную работу светотехники, экономию ресурсов и точность воплощения идей.

В последнее время идеи все чаще ориентированы на использование интеллектуальных систем управления светом. Их распространение — тоже тренд настоящего времени. О тенденциях, новинках, а также об эффективном подходе к выбору поставщика светодиодного оборудования мы поговорили с руководителем компании MAKSILED **Денисом Полянцевым**.

*Скажите, зачем компании-поставщику светодиодов самостоятельно заниматься инженерными разработками? Как это помогает в работе с клиентами?*

— На рынке сейчас есть два подхода: экспертный и чисто коммерческий, когда берутся уже разработанные кем-то продукты и внедряются в сеть продаж. Мы

представляем первый и уникальны этим. Да, второй принцип проще, вероятно, дешевле. Но благодаря нашему подходу мы детально разбираемся в технологиях. И поэтому предлагаем только высококачественные модули, ленты, блоки питания и другую продукцию, глубоко понимаем потребность клиента и подбираем действительно эффективное решение. Которое, кстати, позволяет клиенту экономить и при покупке, и при эксплуатации техники.

Мы всегда даем объективные гарантии и не оставляем заказчика один на один с вопросами, которые у него могут возникать. У нас есть ресурсы для развернутого консультирования, проведения аудита проектов, инженерной помощи и долгосрочного обслуживания. Иногда слышим от наших клиентов, что даже конкуренты направляют их к нам: «Обращайтесь в «МАКСИЛЕД» — там вам точно помогут с вашей проблемой». Мы не просто продаем товар, а решаем задачи клиента — и типовые, и нестандартные, и устраняем его опасения ошибиться с выбором оборудования. При этом предлагаем варианты, демонстрируем разные способы. Так исторически сложилось, и на это заточена работа каждого специалиста MAKSILED.

#### Справка:

*Компания «МАКСИЛЕД» уже более 12 лет работает на рынке светодиодного оборудования. В настоящее время является поставщиком светодиодных решений для рекламных, монтажно-строительных, дизайнерских компаний, владельцев зданий и архитектурных объектов. Штаб-квартира компании находится в Нижнем Новгороде, но ее сеть продаж представлена филиалами в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре, Воронеже, Екатеринбурге, Симферополе и многих других городах страны. Имеет собственное российское производство. Компания много лет успешно занимается разработками, поиском и внедрением новых технологий, которые становятся стандартами рынка.*



« Иногда слышим от наших клиентов, что даже конкуренты направляют их к нам: «Обращайтесь в "МАКСИЛЕД". — Там вам точно помогут с вашей проблемой».

*Вы сказали, что помогаете экономить. Но ведь продукт высокого качества не может быть дешевым...*

— Общая стоимость — цена покупки плюс расходы на эксплуатацию. Мы внедряем светотехнику с высоким КПД. Она при большой световой отдаче расходует меньше энергии, чем аналоги по показателям. Как пример можно привести нашу новинку — миниатюрный модуль ML-M1SNE-OL-2835-X-LP, предназначенный для световых букв малого размера. Овальная линза дает ровную, концентрированную засветку по дуге без лишнего рассеивания света. На рынке есть подобный модуль, но наш при аналогичной светоотдаче имеет выражено меньшую мощность.

Низкую цену эксплуатации обеспечивает и долгая работа техники. Мы опытни, поэтому внедряем проработанные продукты с передовыми характеристиками. И если даем, например, 4 года гарантии, то оборудование точно функционирует не меньше, а чаще всего гораздо дольше. В частности, для нас светодиодные модули — это плата на основе высококачественного алюминия или технологичного текстолита с

хорошей медью, а, значит, активный теплоотвод и отсутствие перегрева; качественный пластик и проработанная изоляция корпуса и поэтому отличная пыле- и влагозащита. Наконец, система стабилизации Constant Current, дающая равномерную засветку и стабильность яркости свечения всех модулей в цепи. Поэтому конечный пользователь рекламной конструкции или светового фасада не имеет дополнительных затрат на обслуживание, а рекламные компании могут быть спокойны за долговечность реализованных проектов и данные ими гарантии. На этапе же закупки мы выигрываем по стоимости у продуктов низкого качества, потому что в модулях используем более эффективные светодиоды и широкоугольные линзы. Поэтому для получения нужного эффекта требуется меньше модулей на единицу площади.

*Очевидно, помогать клиентам в снижении затрат за счет такого подхода сложнее, чем просто снижать цены и давать скидки... Но какие-то бонусы вы все же предоставляете?*

— Да, конечно. Мы никогда не демпингуем, но при этом следим за общей ценовой динамикой и предоставляем адекватные цены «в рынке» или нередко несколько ниже. Среди стандартных инструментов — программа лояльности с гибкой системой скидок. Это и распродажи, при которых можем предлагать складские остатки высококачественного оборудования всего за 50% стоимости. РПК также интересно пользоваться отсрочкой. То есть у нас можно выбрать и получить светотех-

нику, а рассчитаться за нее в целом ряде случаев после реализации проекта и получения оплаты за него. Для наших клиентов предоставляем бесплатные консультации с инженерами и техническими специалистами, анализ проектов.

« Сейчас ярко проявил себя гибкий неон, позволяющий создавать эффектные вывески, конструкции любой формы. Мы оперативно предложили большой выбор продуктов этого направления.

*Понятно, что, стоя у истоков развития рынка светодиодных решений для рекламной отрасли, вы внедряли технологии и задавали уровень качества. Но при нынешнем насыщении рынка предложениями как вы видите дальнейшее развитие? Что нового предлагаете?*

— Мы следим за развитием российского и мирового рынка светодиодного оборудования и продолжаем собственные изыскания. Расширяем свой ассортимент и возможности эффективного применения наших решений клиентами.

В частности, сейчас ярко проявил себя гибкий неон, позволяющий создавать эффектные вывески, конструкции любой формы. Мы оперативно предложили боль-

« Для нас светодиодные модули — это плата на основе высококачественного алюминия или технологичного текстолита с хорошей медью, а, значит, активный теплоотвод и отсутствие перегрева, ... система стабилизации Constant Current, дающая равномерную засветку и стабильность яркости свечения всех модулей в цепи.



Гибкий неон МАКСИЛЕД.



- Удобное управление
- Программирование световых эффектов
- Надёжность при любых погодных условиях

Системы управления светом MAKSILED.



- Все виды архитектурной подсветки
- Медиафасады и управление светом
- Индивидуальный дизайн и размеры

Светильники для архитектурной подсветки MAKSBRIGHT.

шой выбор продуктов этого направления — гибкий неон с разными техническими характеристиками. Можно выбрать цвет и оттенок из широкой гаммы и даже толщину силиконового корпуса. Наши менеджеры изучили особенности продукта, помогают клиентам в реализации дизайн-идей, зачастую очень необычных.

Важнейшее направление, за которым мы видим будущее индустрии и нашей компании, — динамический управляемый «умный» свет. Есть достаточное количество поставщиков комплектующих для smart-решений. Часто потребители покупают их и приходят к нам, потому что у них возникают проблемы с непосредственной реализацией задачи, стыковкой и выбором оборудования. Мы известны как профессионалы этого направления — анализируем особенности объекта, подбираем контроллерную систему, разрабатываем схему подключения, программируем, занимаемся монтажом, консалтингом. Соответствующих специалистов на рынке мало, они недешевы, и мы у себя развиваем эти технологии. Представляем полноцветные ленты, модульные системы, пискели, стробоскопы, контроллеры для разных случаев и все необходимые комплектующие. Есть и готовые изделия. Например, уникальный гибкий smart-экран и изделия на его базе — полноцветные «бегущие строки». При этом мы именно реализуем световые проекты — комплексно, «под ключ». В этом направлении для нас интересна и перспективна только такая система работы.

Как и в направлении архитектурной декоративной подсветки. Его мы развиваем под брендом MAKSBRIGHT на базе

собственного производства. Это тоже комплексная услуга. Клиент получает экспертное заключение, реалистичную визуализацию, комплекс персонально произведенного оборудования и его монтаж. Вспоминается подсветка любого типа — акцентная, заливная, контурная, полноцветные медиафасады. Техника подбирается под проект — по размеру, типу, оттенкам освещения: линейные светильники разной мощности, прожекторы с линзами или без них, в зависимости от поставленных задач. Совсем недавно первыми на рынке представили уникальные светильники-трубки Tube line для эффектной контурной подсветки архитектурных объектов и инсталляций. Например, АЗС, ТЦ, кинотеатров. Конструкция «тублайнов» заточена под высокий уровень влаго- и пылезащиты, малое потребление энергии, долгий срок работы. Но, повторяюсь, мы не просто поставляем оборудование, а помогаем реализовывать проект полностью.

*Значит экспертная компания — это, прежде всего, клиентоориентированная компания?*

— Как результат такого подхода к ведению бизнеса, да. Компания, формирующая рынок, а не копирующая решения, накапливает экспертизу. А, значит, автоматически становится поставщиком идей для клиентов, так сказать, базой знаний и опыта. Отсюда и клиентоориентированный подход во всем. Это значит быть всегда на связи с заказчиками, отвечать по гарантиям, выезжать на объекты, помогать запускать оборудование. Мы не применя-

ем хитрых маркетинговых ходов, и если вдруг случается гарантийный случай, то производим замену, ремонтируем. Никогда не оставляем партнеров и после истечения срока гарантии. И всегда даем подробные инструкции, как эксплуатировать светодиодную технику, чтобы она работала годами без сбоев.

« У нас есть ресурсы для развернутого консультирования, проведения аудита проектов, инженерной помощи и долгосрочного обслуживания. »

Как особый критерий выбора поставщика для финансово емких проектов отмечу историю компании. Для того, чтобы было к кому обратиться за гарантиями и обслуживанием, стоит предпочесть компанию с проверенной репутацией, долго и стабильно работающую и реализующую стратегию в избранном сегменте деятельности.

Желаю всем успехов в делах и приглашаю в MAKSILED!

Благодарю за беседу.

**MAKSILED**  
светодиодные решения

maksiled.ru  
Телефон горячей линии:  
8 800 555 86 82

# НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

СОЗДАНИЯ СВЕТОДИОДНЫХ НЕОНОВЫХ ВЫВЕСОК

# NEON2

## NEON2 расширяет возможности для вашего бизнеса!

Подробно рассказываем о преимуществах новой технологии изготовления светодиодных неоновых вывесок NEON2.

Для формирования яркого и привлекательного образа заведения недостаточно большой и заметной вывески над входом. Необходим комплексный подход, который включает в себя оформление интерьера и окон, мебель и текстиль, освещение и декор. В качестве элементов декора и света в последнее время все чаще начинают использовать вывески из гибкого неона NEONLINE. Это актуально как для коммерческих помещений, таких как: магазины, кафе, рестораны, бутики, так и для обычных жилых квартир. Появились даже отдельные компании, которые предлагают услугу изготовления вывесок из гибкого неона. Как пример, компания из Великобритании NEONBEACH <https://neonbeach.com/>,

которая работает по принципу магазина. Клиент выбирает из коллекции нужную картинку, указывает цвет и размер. Готовая вывеска отправляется в любую точку мира. Остается только повесить и включить в розетку.

Гибкий неон хорошего качества, такой как NEONLINE от ELF, отличается высокой яркостью и эластичностью. Его оболочка выполнена из силикона с защитой от УФ, не выцветает и светит равномерно 30 000 часов и более. Именно мягкое свечение силикона по всей поверхности и дает магию эффекта завораживающего неоновых света.

В гибком неоне светодиодная лента размещена внутри оболочки, что доставляет

определенные неудобства при пайке проводов для коммутации. Еще одна особенность – это радиусный изгиб. То есть невозможно согнуть гибкий неон под острым углом. Вам необходимо учитывать этот факт при проектировании вывесок, выборе шрифтов. Желательно использовать рукописные или «неоновые шрифты» без углов, которые сделаны так, чтобы минимизировать стыки, пересечения и острые углы.

Но если нам надо сделать логотип, четкий геометрический рисунок, что делать в этом случае? Так появилась новая технология, которая получила название NEON2. Откуда такое название? Визуально свечение очень похоже на неон, а цифра 2 гово-



# ELF



рит о том, что это двухкомпонентная технология, в которой монтаж светодиодной ленты и силиконового светорассеивателя производится независимо. Это дает серьезные преимущества. Главное из которых – это возможность изготавливать любые углы, примыкания и пересечения с высокой геометрической точностью.

В качестве элемента подсветки в NEON2 используется светодиодная лента ELF типа «Zig Zag, 96 smd, 12 В». Благодаря

высокой плотности монтажа светодиодов свечение получается ярким, без каких-либо пятен. А специально спроектированная медная плата ленты в форме «зигзага» может гнуться под любым углом, повторяя очертания самых сложных элементов. В технологии NEON2 нет необходимости подбирать кратность реза для отдельных линий, так как силиконовый шнур можно резать где угодно, а лента может подгибаться.

Двухкомпонентная технология NEON2 позволяет получить значительно больше цветов и оттенков за счет комбинирования светодиодной ленты и светорассеивающего силиконового шнура. Причем вы можете менять цвет свечения даже в одной линии.

Работая с NEON2, вы значительно сокращаете затраты времени на изготовление сложных и объемных проектов: тиражные однотипные вывески, POS-материалы, декор и др.





NEON2 изготавливать любые углы, примыкания и пересечения с высокой геометрической точностью.

Вы экономите время сразу на нескольких операциях:

- Не надо дополнительно клеить торцевые элементы.
- Не надо подрезать оболочку (или вытягивать ленту) для припайки проводов.
- Не надо использовать клей.

глубину 4-5 мм. Фреза за один проход формирует специальный профиль стенки с выступами для монтажа силиконового рассеивателя. Далее сверлим отверстия для вывода проводов коммутации на обратную сторону.

водов (глубина паза 4-5 мм, ширина 8 мм). Во втором слое, толщиной 5-6 мм, фигурной фрезой фрезеруется сквозной паз для установки светорассеивающего силиконового шнура. Монтируем светодиодную ленту в первом слое, выполняем коммутацию, используя коммутационные каналы.



реклама



neon2.ru

— Коммутация выполняется значительно быстрее и удобнее с лицевой стороны, без необходимости переворачивать вывеску.

- Меньше расход проводов.
- Не надо крепить провода на обратной стороне, так как вся коммутация скрытана внутри вывески.

Для работы с NEON2 необходим фрезерно-гравировальный станок. Возможно несколько вариантов исполнения:

#### Однослойная вывеска

Необходимо взять материал толщиной 10-12 мм. Это может быть ПВХ, акрил, дерево и т.д. Прямой фрезой выбираем паз шириной 8 мм и глубиной 6-8 мм под установку светодиодной ленты. Далее делаем проход фигурной фрезой на

#### Двухслойная технология (скрытая коммутация)

В первом слое, толщиной 5-6 мм, фрезеруем паз для установки светодиодной ленты и каналы для скрытой коммутации про-

Проверяем подсветку. Если все корректно, то склеиваем оба слоя друг с другом. Нарезаем и устанавливаем силиконовый светорассеиватель. Вывеска готова. Все получается чисто и аккуратно. Все провода, подвесы, разъемы смонтированы внутри.

#### Трехслойная технология (двухсторонние вывески)

Эта технология используется для двухсторонних изделий. В этом случае средний слой берется потолще 10 мм и фрезеруется на глубину 3-4 мм с двух сторон. А лицевые стороны изготавливаются стандартно. В итоге общая толщина основания вывески составит всего 20 мм!

Подробнее о технологии NEON2, специальных инструментах и ассортименте цветов смотрите на сайте [www.neon2.ru](http://www.neon2.ru).



# Принтеры ARK-JET добрались до Крайнего Севера России

Город Надым, север Западной Сибири... Этот город сегодня является одним из нефтегазовых центров Ямало-Ненецкого автономного округа и неоднократно признан самым благоустроенным городом России. Несмотря на небольшую численность населения (47 тыс. жителей), местная администрация серьезно занимается развитием городской инфраструктуры, транспорта, торговли, бытового сервиса и культурного досуга, поэтому услуги рекламно-производственных компаний в Надыме высоко востребованы.



По сути, рекламная жизнь этого города ничем не отличается от жизни мегаполисов, и требования надымских заказчиков сегодня можно удовлетворить, только применяя прогрессивные производственные технологии и современный дизайн. О постоянном развитии социальной и промышленной сферы Надыма говорит и тот факт, что в городе открываются все новые рекламные производства и агентства, которые успешно вписываются в общую профессиональную среду и надолго остаются на местном рынке. Об опыте своей молодой компании и оборудовании, которое позволяет сделать Надым внешне привлекательнее и разнообразнее, рассказывает директор компании «Мир печати» Артем Михайлович Шпаковский.

— *Расскажите, пожалуйста, как давно начала работать рекламно-производственная компания «Мир печати», и что послужило причиной того, что Вы начали бизнес именно в области рекламы?*

— В 2012 году нами был приобретен первый печатный станок для цифровой печати плюс необходимое сопутствующее оборудование. Изготавливали квартальные календари, визитки, журналы и другую мелкотиражную полиграфию. Эта продукция пользовалась спросом, поэтому перспективы бизнеса были обнадеживающими. Наш край также затронуло быстрое развитие наружной и интерьерной рекламы, в Надым приходили новые игроки промышленного производства и торговли, все более ощутим становился запрос населения

на объекты социально-культурного назначения. Это и послужило толчком к тому, что мы занялись производством рекламы, и вера в свои силы, конечно же.

— *Вы с самого начала своей деятельности отдавали приоритет печатной технологии или она служила только дополнением к уже существующему производству?*

— Вначале мы занимались только изготовлением печатной продукции, но с каждым годом расширяли сферу услуг по производству рекламы. Нами был приобретен лазерный гравер для изготовления сувенирной продукции — это направление стало быстро набирать популярность. Постепенно докупалось необходимое оборудование для собственного производства информационных стендов, световых коробов и других рекламных конструкций.

— *Какие виды рекламы с применением широкоформатной печати преобладают в вашем городе? Это вывески, щиты, световые короба, реклама на транспорте?.. Насколько высок спрос на комплексное оформление торговых площадей, кинотеатров, банков? С кем вы в основном работаете?*

— В Надыме, как, наверное, и в любом другом городе, реклама с применением широкоформатной печати встречается повсеместно. Все, что вы перечислили, в нашем городе присутствует — установлено большое число магистральных щитов, городские мероприятия поддерживаются баннерами и

перетяжками, поступают заказы на бренд-мауэры и крупноформатные афиши, брендированного автотранспорта; все большее распространение получают конструкции сити-формата и информационные стелы. Также появился спрос на рекламные ограждения, которые устанавливаются на спортивных и строительных площадках. Что касается сферы торговли, то на наш рынок приходит все больше сетевых магазинов с уже прописанными требованиями к оформлению, элементы которого по большей части производятся здесь, на месте. Наша компания работает как с организациями из самых разных сфер, так и с частными лицами.

— Ваш город считается одним из узловых пунктов газодобычи в Приполярье. Это вносит какую-то специфику в заказы, которые вы получаете?

было, но необходимость в таком оборудовании была острой, поэтому было принято решение взять на пробу доступную модель ARK-JET SOL шириной 1,6 м. На этом принтере стали печатать баннеры, разнообразную виниловую графику, планы эвакуации на фотолюминесцентном материале. Принтер очень понравился, заказы активно пошли, поэтому решили сразу взять старшую модель ARK-JET SOL шириной 3,2 метра для увеличения производительности.

— Какие дополнительные возможности получила ваша компания с вводом в строй принтера ARK-JET шириной 3,2 м? Благодаря ему вам удалось расширить спектр предоставляемых услуг? С этим приобретением стали ли вы использовать какие-то новые материалы, решать новые задачи?



Смотри видеообзор по ссылке в QR-коде

— В нашем городе не принято гнаться за дешевизной. Заказчики, как крупные, так и не очень, предпочитают качественный рекламный продукт. Причем это касается не только качества исполнения, но и дизайна, и информационного наполнения. «Мир печати» работает только с качественными материалами — это не только наш принцип, но и реальная потребность.

— В этом году вы приобрели два экосольвентных принтера ARK-JET SOL, сначала шириной 1,6 м, а затем, всего через три месяца, модель шириной 3,2 метра. Один принтер не справлялся с объемом поступающих заказов?

— Опыта работы на широкоформатных экосольвентных принтерах у нас не

— С вводом в эксплуатацию большого принтера возросла скорость работы (наши заказчики ценят оперативность). На перспективу расширения деятельности попробовали печатать декоративные обои — все получилось просто отлично, качество печати превосходное, результатом мы остались очень довольны. Печать настенных покрытий, я думаю, в ближайшее время составит важную долю нашего производства, тем более, что в этом секторе в нашем городе конкуренция еще не так велика. Теперь новый принтер ARK-JET SOL с шириной печати 3,2 м — это наше серьезное конкурентное преимущество.

— Вы довольны качеством печати, которое обеспечивают принтеры ARK-JET

SOL? Это оборудование помогло Вам оценить современный уровень китайского промышленного производства, он вас не разочаровал?

— Качество печати, конечно, понравилось, поэтому, приобретая второй принтер ARK-JET, думали не долго и другие бренды принтеров даже не рассматривали. Понравилось также качество сборки оборудования — все узлы выполнены из качественных материалов. Пластиковые детали принтеров изготовлены не из дешевой пластмассы, все металлические части покрашены равномерно, даже с внутренней, невидимой стороны без потеков и непрокраса. В процессе инсталляции принтеров не возникло никаких проблем, обе модели сразу были готовы работать на полную мощность. Это нас очень порадовало, так как репутация китайских производителей еще совсем недавно была не слишком высокой. Сейчас техника из Китая — это совсем другой уровень производства; видно, что принтеры изготовлены с применением самых продвинутых технологий и, надеемся, что они в эксплуатации покажут себя высоконадежными.

— Просто ли это оборудование эксплуатировать, легко ли вы справляетесь с его обслуживанием?

— Хотя опыта работы на таком оборудовании, как я уже сказал, у нас до этого не было, особых трудностей даже вначале мы не испытывали. Если сейчас возникают вопросы, по телефону их решить нам всегда помогают инженеры компании КОВЧЕГ. Причем хочу заметить, что вопросы эти самого тривиального порядка — как прокачать чернила или как выполнить сведение при печати на разных материалах. Ни с чем серьезным мы пока не сталкивались, принтеры ARK-JET работают как часы.

— Какие функции принтеров ARK-JET Вы можете отметить, как наиболее удобные для пользователя и эффективные для достижения высокого качества печати?

— Для нас большой поддержкой является широкий набор профилей для печати на различных материалах, который нам предоставила компания КОВЧЕГ. Эти профили позволили нам без особого труда сразу начать печатать с идеальным качеством на пленках, обоях, баннере, бэклите и других материалах. Также, если говорить о ка-

честве изображений, мы про себя отметили такие преимущества самих принтеров, как переменный объем капли, высокое разрешение, функция, позволяющая полностью «стереть» границы между проходами. Эти функции закладываются в оборудование ведущих мировых производителей, и мы рады, что являемся обладателями доступных принтеров из Китая, в которых эти инновации также реализованы. Нельзя не отметить и тот факт, что принтеры стандартно комплектуются автоматической подмоткой отпечатков, эффективной сушкой и понятным для нас РИПом.

— *Производитель принтеров ARK-JET не привлекает пользователей к строго определенным чернилам. Какие экосольвентные чернила использует ваша компания, и какие их достоинства Вы можете отметить?*

— По чернилам пока трудно сказать, какие лучше. Первый принтер 1,6 м у нас печатает чернилами ARTIX, второй — Veika Balance Eco Fast. Большой разницы в них мы пока не заметили. И те, и другие отличаются высокой яркостью и прекрасно передают цвета, даже сложные — светлые пастельные и solid. Оба типа чернил быстро сохнут и не сильно пахнут. Выбор сложный, но, возможно, мы все-таки остановимся на втором варианте.

— *В вашем регионе очень суровые климатические условия. Это каким-то образом влияет на организацию вашего производства и на требования, которые предъявляются к готовой рекламной продукции?*

— Конечно, климат нашего региона выдвигает особые требования как к производственным условиям, так и к свойствам готовой продукции. Нам приходится постоянно бороться с влажностью и перепадами температуры в помещении и прикладывать все усилия для обеспечения правильных параметров окружающей среды на нашей производственной площадке. Морозы и ветры зимой, короткое и холодное лето, большое количество осадков и высокая влажность — реалии нашей жизни. В таких условиях на материалы обычно не распространяются никакие гарантии по сроку службы, поэтому единственный наш выход — это использование только материалов самого высокого качества, которые могут противостоять сложным погодным

факторам и служить более продолжительное время.

— *Сейчас на рынке экосольвентных принтеров — широчайшее предложение в самых разных ценовых категориях и от разных производителей. Почему Вы сделали выбор в пользу торговой марки ARK-JET?*

— До приобретения экосольвентных принтеров у нас был опыт работы на китайском оборудовании. Несколько лет назад нами был приобретен китайский лазерный гравер, который до сих пор в строю. Поэтому предвзятого отношения к китайскому происхождению принтеров у нас не было. Принтеры ARK-JET продают хорошо зарекомендовавшие себя поставщики оборудования, отзывы на рынке и о них самих, и об их технике — только положительные. Плюс к этому принтеры ARK-JET предлагаются по вполне доступной цене, поэтому, я думаю, наш выбор вполне закономерен.

— *Надым — очень удаленный от Москвы город. Как Вы узнали об экосольвентных принтерах ARK-JET и их поставщике — московской компании КОВЧЕГ?*

— Да, в удаленности Надыма от центра, где в основном сконцентрированы поставщики высокотехнологичного печатного оборудования, существуют некоторые проблемы, связанные, в основном, с ограничениями в частом перемещении и невозможностью за короткий период посмотреть в деле интересующее оборудование разных производителей. Но современный прогресс позволяет некоторым образом нивелировать эти неудобства: благодаря Интернету мы познакомились и с модельным рядом ARK-JET, и с московским поставщиком этого оборудования.

— *Планируете ли Вы продолжить партнерские отношения с компанией КОВЧЕГ? Будете ли следить за ее новинками оборудования?*

— Да, конечно, прерывать взаимодействие с компанией КОВЧЕГ мы не собираемся — наше партнерство развивается в самом позитивном ключе. Сейчас в планах у нас стоит приобретение режущего плоттера ARK-CUT, которым мы хотим заменить имеющийся SIGN-CUT — тоже китайский, но купленный очень давно. Технологии идут вперед, и мы уже чувствуем



необходимость в более скоростной и более функциональной модели.

— *Ваш город небольшой, но очень благоустроенный, с хорошо развитой социальной инфраструктурой, требующей рекламной поддержки, поэтому у вашей компании наверняка есть сильные конкуренты. Как Вы считаете, какие преимущества перед ними вы имеете, и насколько оборудование ARK-JET вам помогает в конкурентной борьбе?*

— Вы абсолютно правы. Наш город действительно — один из тех, где год от года видно все больше положительных преобразований. Развитие рекламного рынка заметно, и конкурентов достаточно много. Однако мы выбрали свой путь, который за прошедшие годы себя полностью оправдал и позволил нам достойно выдерживать конкуренцию даже в такой «стесненной» обстановке. Наше преимущество заключается в том, что мы всегда все делаем качественно и быстро, всегда находимся в тесном контакте с заказчиками и знаем точно, чего они от нас ожидают. Мы несем полную ответственность за результат нашей работы и стараемся никогда не подводить своих партнеров. Оборудование ARK-JET, которое позволило нам предоставлять заказчикам дополнительные услуги, дает нам возможность не отступать от наших принципов и изготавливать качественную продукцию в самые короткие сроки.

— *Спасибо Вам за открытость и подробные ответы на наши вопросы. Удачи Вам в бизнесе и во всех Ваших дальнейших начинаниях!*

kovcheg.group

# CRM для рекламно-производственных компаний которая закрывает 90% задач



Для эффективной работы рекламно-производства уже недостаточно иметь парк оборудования, которое снижает объем ручного труда. Необходимо автоматизировать управление взаимодействия с клиентами и финансовые показатели.

Я Ильгиз Абдуллин, руководитель компании RB CRM. Я поделюсь одним из самых полезных инструментов для рекламно-производственных компаний. Это систематизация бизнеса с помощью RB CRM.

Все современные рекламщики гонятся за дорогостоящим оборудованием, бюджет которого порой превышает 3 000 000 рублей. Растет парк оборудования, увеличиваются масштабы бизнеса. Но при масштабировании компании возникает ряд вопросов: с сотрудниками, с финансами, с управлением производством. Даже когда собственник сталкивается с проблемой тета-тет, он зачастую даже не подозревает, в чем суть проблемы. Собственник постоянно находится в рутине нескончаемых дел,

которые набросили на него его же подчиненные.

Команда RB CRM определила 3 основные точки контроля для эффективного управления рекламным производством: финансы, продажи, производство.

Наши эксперты выявили, в чем заключаются проблемы неорганизованности компаний:

- неразбериха в финансах,
- нерентабельные проекты,
- плохая организованность производственного труда,
- плохие взаимоотношения отдела продаж и производства, влекущие большое количество брака и низкую производительность.

Менеджеры — «священные коровы», которые иногда получают больше руководителя, а на самом деле несут большое количество низкомаржинальных проектов.

Таким образом организации теряют от 1 до 12 млн рублей в год в зависимости от масштаба компании. И все это на фоне того, что руководитель работает по 12 часов в сутки и 7 дней в неделю. Оборот компании в месяц составляет 3 млн рублей, а чистая прибыль всего 300 тысяч.

Ситуацию можно изменить, если этого захочет сам руководитель. Поможет вам в этом RB CRM для рекламно-производственных компаний.

1. Поймите свою точку безубыточности — распишите все свои постоянные расходы, поймите, сколько вам нужно зарабатывать, чтобы выйти в ноль.

2. Параллельно с этим пропишите должностные инструкции, функционал всех сотрудников.

3. Посмотрите, возможно, где-то есть издержки (найдется лишнее звено, такое часто бывает). Увольнение одного-двух лишних или неэффективных сотрудников могут сэкономить в среднем 720 тысяч рублей в год на выплату заработных плат.

4. Поставьте себе финансовую цель, обязательно проинформируйте об этом отдел продаж и производство. Покажите им расходы, и куда вы должны идти. Соберите в команду единомышленников, это важно для достижения любой цели.

5. Поймите, какую чистую прибыль вы хотите получить с продажи товара или ваших услуг с учетом всех переменных и постоянных расходов. Это поможет вам четко строить финансовые планы и считать заработную плату сотрудников.

6. Управляйте продажами и следите, чтобы ни один клиент не ушел из Вашей компании. Увеличивайте продажи за счет специальных инструментов продаж и маркетинга.

7. Управляйте производством: контролируйте взаимоотношения отделов продаж и производства. Сохраняйте каждую деталь.

8. Создавайте шаблоны технических заданий для ускорения процессов, формируйте график работы, считайте расходы на производство продукции.

9. Анализируйте, ищите ваши слабые места и устраняйте их, а сильные стороны укрепляйте.

И это только часть инструментов RB CRM, которые сделают Ваш бизнес прибыльным, понятным и легкоуправляемым.

Пользуясь RB CRM, при годовом обороте 10 млн рублей, из которых 70% — это постоянные расходы и 30% — это чистая прибыль, владельцы получают при минимальной оптимизации от 10% экономии в год. Это в среднем приносит до 700 000 рублей прибыли, а при увеличении продаж всего на 5% прибыль увеличивается еще на 500 000 рублей. В итоге компания получает дополнительно до 1,3 млн рублей в год.

Я думаю, каждый предприниматель должен понимать, для чего необходимо управлять финансами, зачем оптимизировать производство и усиливать отдел продаж.

Подключайтесь к сильной команде — к команде RB CRM. Записывайтесь на бесплатную демонстрацию на сайте:

[crm-reklama.ru](http://crm-reklama.ru)



# CRM ДЛЯ

# рекламно- производственных компаний



# СКОЛЬКО СТОИТ сантиметр объемной буквы для вывески?

На сайтах многих рекламно-производственных компаний можно увидеть предложение производства объемных букв с указанием цены за 1 см высоты. Насколько корректен такой расчет? Сколько в действительности должна стоить объемная буква?

Вопросы можно сформулировать иначе. Сколько денег теряет компания из-за неправильных расчетов и сколько может заработать, если будет считать правильно? Теоретически все понимают, что итоговая цена зависит от множества параметров, но очень многие соглашаются на некоторую усредненную цифру из личного опыта и конкурентной цены на рынке. Давайте попробуем разобраться в этом вопросе, акцентируя внимание на конкретных цифрах.

В девяностые годы, когда рынок производства средств наружной рекламы был в начале своего развития, объемные буквы мало кто делал, широкое распространение получили световые короба. И тогда в прайс-листах многих компаний указывалась цена за 1 кв.м. световой вывески. Доказать несостоятельность таких расчетов было довольно просто. И дело не только в используемых материалах. Достаточно было апеллировать к конфигурации короба. Например, в квадратном коробе площадью 1 кв. м используется 4 погонных метра бокового профиля, а в коробе 0,2 x 5 м используется 10,4 погонных метра профиля. Разница в цене одного из расходных материалов существенна, что в немалой степени повлияет и на себестоимость квадратного метра готовой вывески.

С объемными буквами несколько сложнее. Понятно, что разные шрифты и разные размеры требуют разного объема расходных

материалов, но насколько это критично, давайте попробуем разобраться.

Мы обратились в рекламно-производственную компанию «ПМ-Дизайн» из Курска, где для калькуляции заказов используют программу Bon Sens, занеся в неё множество параметров, влияющих на стоимость производства рекламных изделий. Для примера мы попросили посчитать стоимость изготовления световой вывески

из объемных букв с разными шрифтами и разными размерами. Расчеты делались с учетом традиционной технологии без бортогибов и жидкого акрила.

Для начала рассмотрим результат расчета стоимости букв, изготовленных из одного шрифта, но с тремя разными размерами: 25, 50 и 75 см. Из таблицы видно, что чем больше размер буквы, тем выше цена за 1 см высоты изделия.



	Высота буквы, см	Площадь знака, кв.м	Высота борта (мм)	Кол-во (шт) светодиодов	Блок питания кол-во	мощность	Общая стоимость, руб.	Стоимость за 1 см, руб.
Шрифт №2	25	0,23	50	26	1	20 Вт	8 664,75	86,65
Шрифт №2	50	0,9	60	79	1	60 Вт	19 304,89	96,52
Шрифт №2	75	2,03	70	110	1	80 Вт	32 467,85	108,23



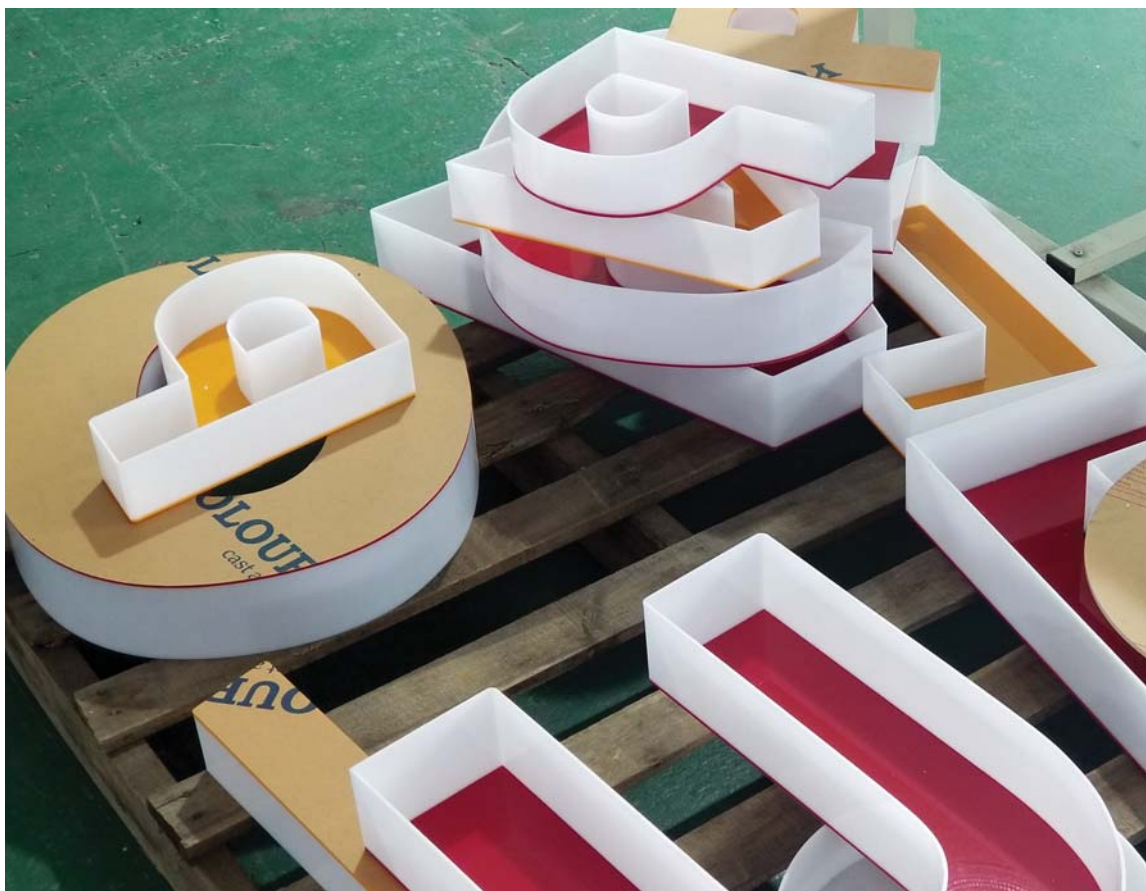
На эти изменения влияют несколько факторов. Во-первых, уже изначально корреляция между высотой и площадью изделия нелинейна. А ведь расход материала прямо пропорционален площади (но не высоте). Во-вторых, при увеличении размера буквы может увеличиться ширина боковины (глубина изделия) для гармоничного восприятия вывески, а это влечет за собой более плотное расположение светодиодов или применения моделей светотехники с увеличенной яркостью, блоков питания увеличенной мощности. Да и акриловое стекло для лицевой части крупных букв потребует большей толщины. Таким образом в расчет на единицу площади (или высоты, если хотите) идут более дорогостоящие комплектующие, что также усугубляет нелинейность зависимости стоимости вывески от её высоты.

К тому же, если вы изготавливаете буквы вручную, то у вас обнаружится обратная корреляция стоимости при уменьшении размера, начиная с определенной величины. Как известно, мелкий шрифт вручную изготавливать сложнее и дольше, чем крупный. Такую работу, вероятно, поручают более опытным макетчикам. Поэтому грамотный руководитель при расчете стоимости мелких букв должен учесть увеличивающий коэффициент, в котором заложена премия макетчику.

Теперь рассмотрим вывески одного размера, но с разными шрифтами.

Здесь всё предельно просто. Чем тоньше и уже шрифт, тем меньше стоимость одного сантиметра изделия. При ручной сборке на цену может влиять и наличие засечек, так как они увеличивают трудозатраты.

Наконец, еще одно достаточно существенное замечание: разные буквы (не только шрифты) могут в два и более раза отличаться по площади и по расходу материалов. Взгляните на буквы «I» и «S» для наглядности. Разница очевидна. Поэтому, когда вы встречаете в прайсе РПК невероятно низкую цену за 1 см объемной буквы,



вполне возможно, что имелась в виду именно буква «I», а остальные идут с коэффициентом 2 и выше.

Итак, что в итоге мы видим в наших примерах? При увеличении высоты букв с одинаковым шрифтом их стоимость может увеличиться до 25% и более. А при разных шрифтах одного размера стоимость может различаться в 1,5 раза! И это мы еще не сравнивали между собой отдельные буквы, а брали усредненную цену за 4 буквы, из которых сложена наша вывеска.

Как было сказано выше, расчеты производились для традиционной технологии изготовления объемных букв, которую пока использует подавляющее большинство рекламно-производственных компаний. При изготовлении знаков с помощью бортогибов и жидкого акрила в стоимости изделия может уменьшиться влияние ручного труда, например, можно будет избавиться от повышающих коэф-

фициентов за малый размер букв или наличие засечек в шрифтах. И тогда вероятно мы увидели бы чуть меньшую разницу в цене за 1 см букв разной высоты и с разными шрифтами.

А теперь давайте посчитаем, сколько букв вы делаете в месяц, в год и какие итоговые потери вы несете из-за использования усредненных данных для расчета конечной стоимости изделия для клиента. И тогда станет совершенно очевидна выгода от внедрения ERP-системы типа Bon Sens ([www.bonsens.ru](http://www.bonsens.ru)), которая окупит себя всего за несколько недель и принесет массу других улучшений в организацию вашего бизнеса.

Кроме того, точные расчеты улучшат и конкурентную среду в нашем бизнесе, так как позволят участникам не влезать в заведомо убыточные тендеры, не заключать договора, которые потом невозможно будет исполнить без существенных финансовых потерь.

P.S. Объективный ответ на вопрос в заголовке можно считать риторическим, так как итоговая цена также зависит от используемых расходных материалов и не прямых расходов, заложенных в себестоимость производства вывесок.

	Высота буквы, см	Площадь знака, кв.м	Высота борта, см	Общая стоимость, руб.	Стоимость за 1 см, руб.
Шрифт №1	50	0,77	6	16 607,88	83,04
Шрифт №2	50	0,9	6	19 304,89	96,52
Шрифт №3	50	1,9	6	25 801,34	129,01

ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

СВОЁ  
ТВ

ПРЯМОЙ  
ЭФИР

ПРЯМОЙ  
ЭФИР

ПРЯМОЙ  
ЭФИР

Одна из наших работ - оформление студии телекомпании Своё-ТВ

# ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ

## ИНТЕРЬЕРЫ ВЫВЕСКИ КОНСТРУКЦИИ



АРТБЮРО

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ СЕТЕВЫХ КЛИЕНТОВ

### ВЫВЕСКИ ПО СУБПОДРЯДУ

ПО РЕГИОНАМ: ЮФО, СКФО, ЧЕЧНЯ, ДАГЕСТАН

ШЕФ-ЗАМЕР | ИЗГОТОВЛЕНИЕ | СБОРКА ГОТОВЫХ ВЫВЕСОК | МОНТАЖ

Ставрополь, Ломоносова, 25, +7-962-443-08-08, [@artburo26](https://www.instagram.com/artburo26)

**МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ****DEFERO**

+7 (495) 369-11-19, +7 967 181-77-97

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

Модульные указатели из алюминиевого профиля с лёгкой сменой информации — настольные и настенные таблички, стенды, флаговые указатели, подвесные конструкции, а также пилоны для улицы и помещений.

**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

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

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

**АРТ-БЮРО**

+7 (8652) 37-05-85

[www.art-buro26.ru](http://www.art-buro26.ru)

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

**РуссКом**

+7 (495) 785-5805

[russcom.ru](http://russcom.ru)

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

**ТЕХНОГРАФИКА**

+7 (495) 225-5043

[www.t-g.ru](http://www.t-g.ru)

Расходные материалы для печати, производства вывесок и сувенирной продукции.

**Экспо Графика**

+7 (495) 729-5309

[www.wideprint.ru](http://www.wideprint.ru)[www.expographica.ru](http://www.expographica.ru)

Для сольвентной, латексной и пигментной печати: холсты, фотобумаги, пленки для лайтбоксов, Roll-Up, Pop-Up, ткани, фотообои, ферромагнитные пленки, самоклейка, ламинат.

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

8 800 555 86 82

[www.maksiled.ru](http://www.maksiled.ru) | [www.maksbright.ru](http://www.maksbright.ru)

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

**WRS**

+7 (495) 363-9339

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

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

**ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ****Prizmix**

+7 (495) 956-1115

[www.prizmix.ru](http://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.

**Ковчег**

+7 (499) 678-12-48

[www.kovcheg.group](http://www.kovcheg.group)

Широкоформатные принтеры ARK-JET, Mimaki. Режущие плоттеры IESHO, ARK-CUT. Широкоформатные ламинаторы MEFU. Лазерные станки PHOTONIM, чернила для печати.

**ОктоПринт Сервис**

+7 (499) 490 10 91

[www.oktoprint.ru](http://www.oktoprint.ru)[www.zund-rus.ru](http://www.zund-rus.ru)

Раскройные комплексы Zund и клеевые системы Felix Gluer.

**ТЕХНОГРАФИКА**

+7 (495) 225-5043

[www.t-g.ru](http://www.t-g.ru)

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

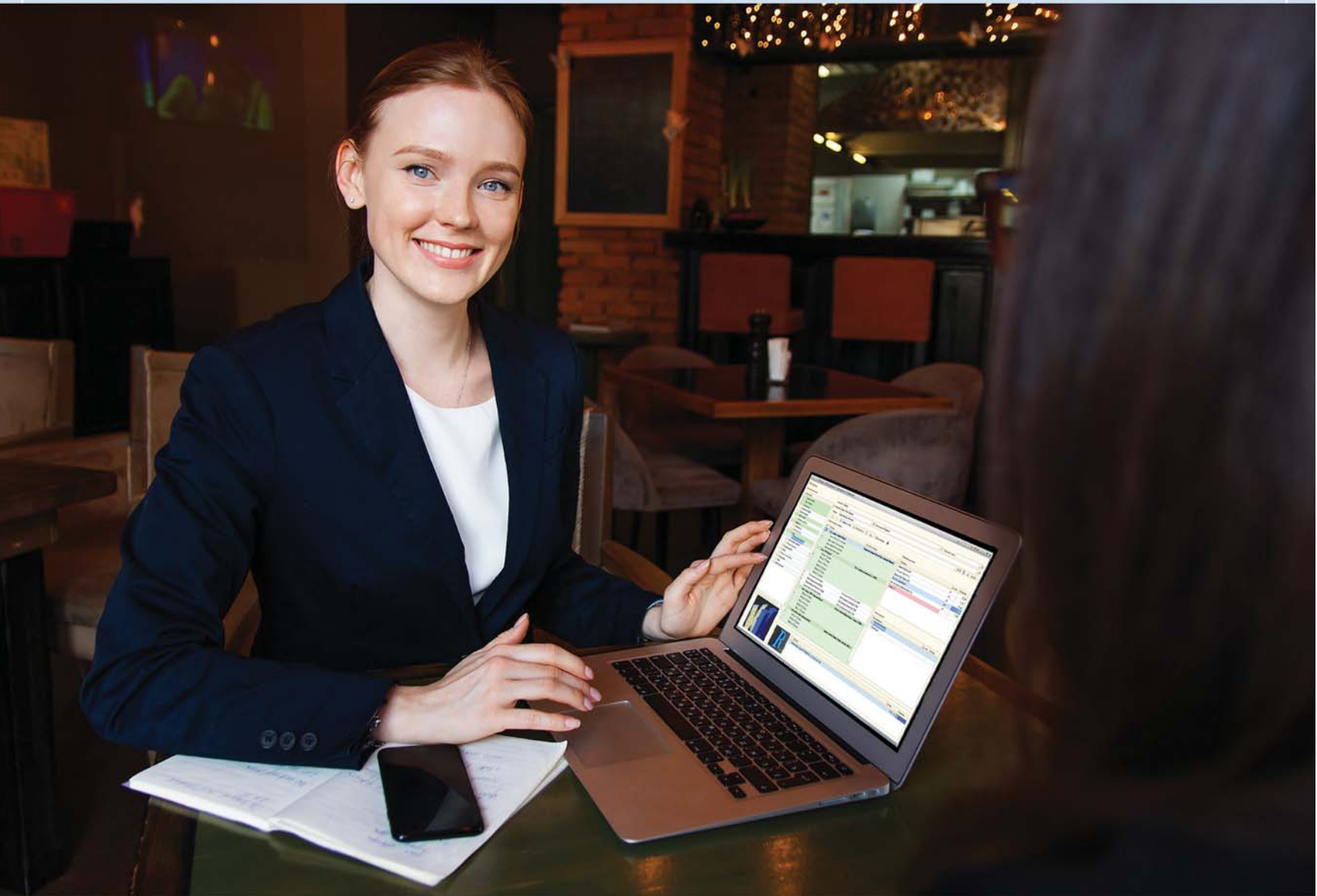
**РуссКом**

8 (495) 785-5805

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

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

# Каждый заказ — в плюс!



Программа Bon Sens позволяет точно рассчитывать себестоимость любого изделия, учитывая все прямые и косвенные расходы. Вы больше не будете выполнять заказы, которые не приносят прибыли! Пусть в убыток работают ваши конкуренты!



индустриальный стандарт

быстрая калькуляция заказов  
учет расхода материалов  
учет сдельной заработной платы  
шаблоны готовых изделий  
возможность работы "на удалёнке" и др.



Эксклюзивный представитель в России:  
ООО "Ар энд Ди Коммуникейшнз"  
+7 (495) 234-7494  
maksutov@ridcom.ru  
bonsens.ru