

# НАРУЖКА

издание для производителей рекламы

#149 декабрь 2022 | технологии | тренды | практики | люди | компании

## УФ-принтер LIYU PLATINUM.

Идеальный рулонник для печати премиальной рекламы, мощность которого выбираете Вы



Модель: LIYU PLATINUM PCT LED

Печатные головы: Konika Minolta 1024i / Ricoh Gen5 / Ricoh Gen6

Количество голов: 4 - 14 / 3-8

Ширина печати: 3200 мм

Количество цветов: от 4 до 8 (СМΥК LC LM W CI)

Максимальная скорость печати: 180 м2 в час

Поставщик: LIYU Russia <https://liyuprinter.ru/>



## ТАК ДЕРЖАТЬ!

Предновогодний выпуск журнала, несмотря на отсутствие традиционных поздравлений от участников отрасли, всё равно получился праздничный. «Вина» тому — материалы о прошедших конкурсах, мероприятиях и событиях, которые сами по себе как праздник. В декабрьском номере вы увидите множество знакомых лиц — ребят из нашего с вами окружения, знакомых по чатам и форумам.

Этот год действительно стал рекордным по количеству контактов внутри индустрии как в онлайн, так и на живых мероприятиях, что и дало соответствующие плоды. Это еще раз подтверждает тот факт, что вместе не только эффективнее работать, но и легче переживать кризисные периоды.

Накануне Нового года хочу пожелать всем нам «Так держать!» Пусть 2023 год наконец преподнесет нам больше приятных подарков, больше определенности, больше надежд! Всем тепла и здоровья!



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

Издатель ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»  
Главный редактор Олег Вахитов  
Отдел рекламы Екатерина Бобкова  
Распространение Михаил Максотов  
E-mail: info@RiDcom.ru

Адрес редакции  
123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г  
Телефон/факс+7 (495) 234-7494,  
Тираж 1.000 экз.  
Печать ООО «Юнион Принт», 603022,  
Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский  
Съезд, д.2 Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22

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

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

Бесплатный журнал в офисах партнеров:

**СТМ**  
Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4 /  
**РУССКОМ**  
Москва, Рубцовская набережная, д.2., к .5  
**Техно-Графика**  
Москва, Павелецкая набережная, 8, стр.6, оф.106  
**Арт-Бюро**  
Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом Водников»

## РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

LIYU RUSSIA —УФ-принтер LIYU PLATINUM — 1-я обложка  
РУССКОМ — оборудование MIMAKI — 5  
Техно-Графика — УФ-принтеры Docan — 15  
КБ Точка — производство рекламных конструкций — 20  
НОВАТЕХ — инновационные материалы для рекламы — 15  
Первый Цех — франшиза и программы для РПК — 30  
RDP Trade —бортогибы Accutek — 36

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

Еще больше информации:

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



### Accutek — бортогибы, которые меняют правила игры

Accutek — это мировой лидер в производстве бортогибочных станков. Завод Accutek функционирует с 2011 года. За последние 10 лет было реализовано более 50 000 станков (в более чем 120 странах мира), 17 000 из которых установлены в рекламно-производственных компаниях Китая.

36



5



8



16



20



26



30

#### События

- 4 Новости
- 5 Конкурс «РУССКОМ»
- 8 SIGNForum 2022
- 10 Призеры Конкурса ЗНАК
- 14 Итоги года

#### Персоны и компании

- 16 Владимир Киреев, Valdevey
- 20 КБ Точка

#### Теория

- 24 Использование праймера

#### Развитие бизнеса

- 26 Нетворкинг в деле
- 30 Франшиза «Первый Цех»
- 33 Образование

#### Продукты и решения

- 36 Бортогибы Accutek

#### Где купить

- 39 Список компаний

## Планшетный плоттер с ОСС-камерой

Компания «Техно-Графика» в текущем году начала поставки планшетных режущих плоттеров ListDigitalCut (Jwei) с ОСС-камерой для автоматического распознавания контуров.

Камера, закреплённая над рабочей поверхностью стола, позволяет считывать напечатанное на материале изображение и вырезать его точно по контуру. В отличие от классической CCD-камеры для распознавания приводных меток новая система существенно ускоряет процесс изготовления конечного продукта. Для



снабжения этой функцией нового или уже действующего оборудования необходимо установка всего трех элементов — самой камеры с подсветкой, несущей рамы и специализированного программного обеспечения JWFB. В итоге вы получаете резку по контуру с точностью до 1 мм, скорость определения контура не более чем за 3 секунды, возможность сократить время на подготовку макетов до 50%, решение проблемы распознавания меток на тонких мягких материалах и экономию дополнительного места на всём носителе. Отпечатанный макет — фото — 3 секунды на трассировку — резка! Рабочий процесс выходит на новый уровень автоматизации и удобства! «Технографика» приглашает всех лично познакомиться с новинкой в демонстрационном зале компании.

## Бренд ELF запустил свой мерч

Это первый фирменный мерч от поставщиков светотехники для рекламы, который доступен неограниченному кругу профессионалов рекламной индустрии.



Сергей Окованцев, ELF, директор по маркетингу:

«Мы не собирались делать что-то подобное поскольку считали, что только действительно глобальные бренды могут себе позволить выпускать фирменную одежду. Раньше мы шли стандартным путем при заказе маек с печатью, просто заказывая у подрядчиков продукцию среднего уровня. Но со

временем поняли, нам важно, чтобы качество футболок и толстовок соответствовало нашему бренду ELF. Они должны иметь актуальный дизайн и

иметь отличное качество!

Мы несколько месяцев искали ткань и отбирали покрой, выбирали подрядчиков для шитья и нанесения. В итоге у нас получился классный продукт, который все хотят носить. И мы решили, что будет справедливо сделать его доступным для всех желающих по минимальной цене.

Зачем кому-то покупать фирменную футболку или толстовку ELF? И я вам отвечаю — это возможность сделать подарок кому-то рядом или носить самому, понимая, что ты являешься частью большого неформального профессионального сообщества, где ценятся открытость и доброжелательность.

Стиль и качество — это то, что отличает продукцию ELF и наш новый мерч!»

## 3-литровая система подачи чернил

Система позволяет пополнять запасы чернил в процессе печати, что еще больше повышает производительность принтера.

Компания Mimaki разработала 3-литровую чернильную систему для принтера JFX600-2513, ставя во главу угла одну из своих основных задач в будущем технологическом портфолио — поддержку автоматизации процессов печати своих клиентов. Автоматическая система цир-

куляции белых чернил, входящая в комплект 3-литрового чернильного блока, устраняет необходимость ручного встряхивания. Кроме того, датчики веса позволяют операторам более точно измерять оставшийся уровень чернил в JFX600-2513, предотвращая ненужную трату чернил.

# Нам подарки — вам призы!

Под таким девизом компания «РУССКОМ» провела конкурс печатных работ на выставке «РЕКЛАМА-2022». Причем, это был не просто конкурс, а смотр подарков, которые благодарные клиенты сделали компании в честь её 30-летия. Лучшие из них были награждены призами!

Получился довольно креативный кейс. Компания «РУССКОМ» предложила своим клиентам сделать подарки в виде картин, напечатанных на плоттерах Mimaki. При этом присланные работы стали участниками конкурса. Учитывая соревновательный характер подарка, его исполнители постарались вложить в работы не только душу и сердце, но и всё своё мастерство.

В конкурсе было представлено 3 категории: УФ-печать, сольвентная печать и печать на ткани. В состав жюри вошли главные редактора отраслевых СМИ, представители индустрии визуальной рекламы и сотрудники компании «РУССКОМ». Каждая работа оценивалась по 10-балльной шкале и по четырем критериям: качество печати, цветопередача, дизайн, оригинальность. За первое место призы получили смартфон, за второе — Яндекс.Станцию, за третье — жесткий диск.

Стоит отметить, что многие картины были исполнены на высочайшем уровне с использованием многослойной печати, фольгированных слоев и металлизированных красок, внутренней подсветки. Все работы были выставлены на выставке «РЕКЛАМА-2022» и привлекли внимание многочисленных посетителей стенда «РУССКОМ».

Конкурс, с одной стороны, вызвал живой интерес у печатников, которые увидели уникальные возможности оборудования Mimaki, а, с другой стороны, он привлек внимание и заказчиков печати, кото-



рые интересовались, в какой компании можно заказать подобную работу.

По словам Дарьи Мельниковой, ведущего маркетолога группы компаний «РУССКОМ», на изготовление некоторых картин уходил целый день: «Участники использовали конкурс, чтобы поэкспериментировать, попытаться создать что-то необычное и интересное, что ранее не приходилось делать, таким образом получить

новый опыт, предложить клиентам новые решения».

Владельцы Mimaki, способные раскрыть потенциал печатного оборудования, выполняя эксклюзивные проекты, могут выходить на высокомаржинальные рынки, где практически отсутствует конкуренция. Конкурс компании «РУССКОМ» является яркой демонстрацией таких возможностей.

## Призеры конкурса «Нам подарки — вам призы»

УФ-печать

**1 место** — «Экспоконста»



**2 место** — ИП Мансуров



**3 место** — «Портобелло»



Сольвентная печать

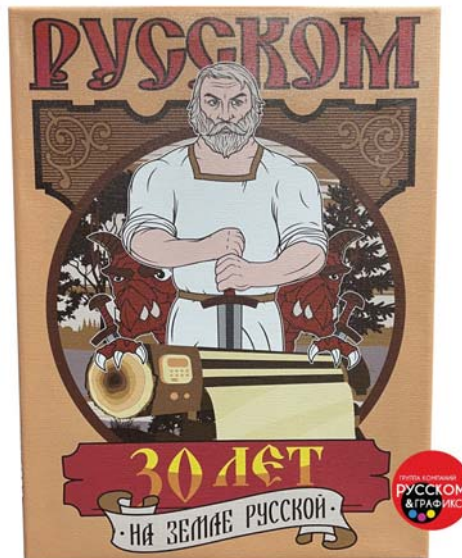
**1 место** — «Лиагро Принт»



**2 место** — «Бильков Егор»



**3 место** — ИП Дутов



Печать на ткани

1 место — «Студия Лист ОК»

2 место — ИП Шаронов



3 место — ИП Шаронов



<https://www.plotters.ru/>

реклама

**ТОЛЬКО ЛУЧШИЕ  
БЕСТСЕЛЛЕРЫ МИМАКИ  
СО СКЛАДА КОМПАНИИ «РУССКОМ»**

**БЫСТРАЯ ДОСТАВКА  
ВЫГОДНЫЕ ЦЕНЫ  
ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО**

**ГРУППА КОМПАНИЙ  
РУССКОМ  
& ГРАФИКС**

**+7(495)785-58-12** [info@plotters.ru](mailto:info@plotters.ru) [print4tex.ru](http://print4tex.ru) [plotters.ru](http://plotters.ru) [uvmimaki.ru](http://uvmimaki.ru)  
105082, г. Москва, Рубцовская наб., д. 2, корп. 5

# SIGNForum 2022.

## Больше чем просто форум!

Ярко, весело, эпично, информативно, безумно, на одной волне, по-настоящему круто, классная перезагрузка с кучей полезностей — так о прошедшем мероприятии отозвались его участники!

SIGNForum 2022 в этом году прошел в 20-й раз и, кажется, набрал рекордную аудиторию. Более 200 человек из более чем 40 городов собрались на осеннем слете, чтобы получить новую информацию, познаться, весело провести время и зарядиться энергией на ближайшие месяцы.

Традиционно сильной стороной форума является деловая программа, которая включает в себя не только презентации продуктов, но и выступления прикладного характера. Сергей Окованцев, представляющий организатора мероприятия, компанию «СТМ» рассказал о 20-летней истории форума, а также о ключевых продуктах компании. В своем выступлении он также призвал к широкой диверсификации бизнеса, продемонстрировав различные примеры применения компетенций РПК, оборудования и рекламных материалов для тех направлений бизнеса, по которым спрос не падает, а иногда и растет. Андрей Кондауров, бренд Runline, рассказал о про системы управления светом. Дмитрий Мяснянкин продемонстрировал как можно расширить перечень продукции и услуг, имея на рекламном производстве полимерное 3D-оборудование. Антон Орехов из «РЕКПРОФ» уделит внимание согласованию вывесок, а Антон Ржавитин, FORRA, и Павел Лыков, «Первый Цех» представили программные продукты, которые позволяют повысить эффективность рекламно-производственного бизнеса... Одним словом, спикеры форума охватили широкий спектр тем, актуальных для индустрии в любой время.

Не менее сильной стороной SIGNForum является его развлекательная часть. Церемония награждения победителей Конкурса

«ЗНАК», викторины и квизы, музыкальная программа, да и ежевечерние посиделки с гитарой не оставили равнодушными ни одного участника. Можно долго описывать те эмоции и впечатления, которые подарил SIGNForum, но более емко и точно их передают отзывы участников.

### **Лавелина Жанна,**

«Галактик-Центр», Челябинск:

*«В первый раз на форуме, очень эпично, ярко, весело, информативно, пьяно, а порой и безумно! К этому нужно быть готовым, но невозможно! Благодарю всех за знакомство, новые и интересные истории из жизни и профессионального опыта, за организацию и потрясающий праздник! Bravo SignForum!»*

### **Сергей Сорокин,**

РА «Авиатор», Челябинск:

*«Отличный форум, впрочем, как и всегда. Большое спасибо организаторам! Вы не просто отработали и свалили, а были с нами до конца на каждой вечерней посиделке. Это дорогого стоит! Это показывает вашу открытость и увлеченность своим делом! Огонь в ваших глазах уже много лет не гаснет — это круто!»*

### **Оксана Лазарева,**

«Лавка наружной рекламы», Москва:

*«Спасибо большое организаторам за проделанную работу. Форум прошел хорошо, были яркие спикеры, участники с удовольствием делились своими знаниями и опытом. РПК с Форума становятся больше друзьями, чем конкурентами. Это важно, когда можешь доверить свой проект РПК из другого города.»*

### **Валентин Громенко,**

«Первый Рекламный», Хабаровск:

*«Друзья, спасибо за атмосферу. На мой взгляд, лучший форум из всех-всех, что были раньше. Так как, во-первых, он прошёл вопреки всем трудностям и проблемам. А во-вторых, эти несколько лет виртуального общения со всеми сделали нас ещё ближе, так что общение и доверительная обстановка были на самом высочайшем уровне.»*

### **Георгий,**

«Доминанта»:

*«Приезжаю не первый и не последний раз. И в этот, очередной раз, ехал как к себе домой)). Множество знакомых и незнакомых, но позитивных и созидательных людей! И что важно — все на одной волне. Все с общим интересом — сделать мир лучше. Никто не меряется усами) Никто не спорит, не понтуется. А все только делятся информацией, своими находками и навыками, предлагают помощь. Это по-настоящему круто!»*

*Удобное место проведения мероприятия сняло 100500 бытовых проблем и позволило отдохнуть не только духом, но телом) «Солнечный» рулит!*

*Действительно поражает самоотверженность организаторов. Понимаешь, что для них это не просто работа. Они любят своё дело! Спасибо им Всем!!!*

*В общем, у форума отличный слоган: «Больше чем просто форум». Тот, кто его придумал — гений!»*

### **Антон Грязнов,**

ГК «Рост», Новосибирск:

*«Мы первый раз на этом замечательном мероприятии! Это было очень классно.»*



*И программа, и отдых, и место нам очень понравилось. Находиться в компании коллег очень круто!*

*Еще хотелось сказать спасибо за оценку наших работ, чуть не расплакался от переизбытка эмоций. В следующем году обязательно посетим еще раз!»*

**Василий Болтонов,**

Завод Рекламы «Артель», Улан-Удэ:

*«Много раз слышал про сайнфорум, в этом году решились ехать и получили бурю эмоций!*

*Форум супер, место выбрано — бомба! Обучались, купались, ходили на озеро, много танцевали и пели песни под гитару.*

*Спасибо организаторам, спасибо коллегам за общение, за конкурсы, за советы, за открытость, за движ!!! Вы все крутые!»*

**Елена Романова,**

«Декор», Красноярск:

*«5-й раз на Форуме! С каждым годом растёт уровень организации.*

*Невероятные, фееричные ощущения от энергии всех и каждого! Доброжелательность, открытость, позитив, искренность, желание отдавать, и удовольствие от получения!*

*Огромнейший респектище организаторам, всей команде!!! Вы нас вели со своим факелом SIGNForum все эти 20 лет! А мы все присоединялись и присоединяемся к этому яркому, звёздному потоку Света! Вовлекая все новые звёзды в свой Космос профессии!*

*Все такие невероятно классные, душевные, наполненные, вдохновлённые и вдохновляющие!!!»*

**Наталья Вингер,**

«Велес», Пятигорск:

*«Это точно «Больше чем просто форум». Спасибо организаторам за мероприятие и атмосферу. Здесь все не просто коллеги, а друзья. Общение, советы, движуха... Классная перезагрузка с кучей полезностей! Жду с нетерпением следующий форум!»*

**Станислав Никитин,**

ПО «ПНСК», Санкт-Петербург:

*«Сайнфорум — это когда ты поднимаешься с глубин своей ежедневной операционки и делаешь вдох свежего воздуха, насыщенного идеями, энергией, оптимизмом и желанием двигаться дальше. Спасибо всем!»*



# «ЗНАК» определил лучших в наружке в 2022 году

27 октября на форуме производителей наружной рекламы SIGNForum 2022 в «Солнечный Park Hotel & SPA» состоялась церемония награждения победителей 17-го Конкурса визуальной рекламы «ЗНАК».

Награду вручили в 9 основных номинациях, а работа, получившая абсолютное максимальное число баллов жюри получила Гран-При. Специальный «Приз зрительских симпатий» достался работе, набравшей суммарно максимальное количество голосов по итогам открытого голосования на портале signbusiness.ru и в социальных сетях.

Конкурс «ЗНАК» — площадка лучших решений для наружной и indoor-рекламы, оформления торгового и корпоративного пространства. Его участники — ведущие рекламно-производственные компании России — представляют креативные проекты, чтобы продемонстрировать широкий спектр своих возможностей и привлекательность визуальной рекламы для конечных заказчиков.

Традиционно конкурс оценивается жюри, состав которого состоит преимущественно из заказчиков рекламы, а также других специалистов отрасли. В этом году в него вошли: Юлия Бессараб (АО «Тандер»), Сергей Ковалев (Mr.Doors), Наталья

Марова (Retail.ru), Павел Цихон (Банк ВТБ), Ольга Глебова («Пятёрочка»), Георгий Ертушов («Лента»), Евгений Зотов (ТД «Нефтьмагистраль»), Марина Стародубова («ПродМир»), Анна Павлюченко (РА DVG-Media), Алексей Гончаренко («Минале Таттерсфилд»), Олег Давидович (независимый консультант по стратегическому развитию), Сергей Окованцев («СТМ»), Олег Вахитов (исполнительный директор Ассоциации «ВизКом»).

Жюри оценивали не только креативную составляющую работ, но также их практическую сторону, техническое исполнение.

Фаворитом конкурса стала рекламно-производственная компания из Казани «Неон-арт», завоевавшая три призовых места в различных номинациях, а также она получила Гран-При конкурса за работу «Набережная Казанки». Приз зрительских симпатий получила компания Print&Media из Красноярска за проект «Комплексное оформление ЖК Золотое сечение». Остальные награды завоевали компании из

разных уголков России: Анапы, Барнаула, Воронежа, Екатеринбурга, Красноярска, Москвы, Мурманска, Набережных Челнов, Нижнего Тагила, Новокузнецка, Новосибирска, Пензы, Уфы, Чайковского и Якутска.

*«Приятно наблюдать за тем, что даже в череде событий нашего времени рекламно-производственная отрасль растет и развивается. Доказательством этого служат проекты наших лауреатов, — отметила Екатерина Бобкова, директор конкурса. — Благодаря «Знаку» вся профессиональная общественность узнает имена лучших из лучших — тех, кто приносит большой вклад в развитие нашей индустрии. Награда из года в год позволяет отметить и важные тренды для всего российского рекламно-производственного сообщества, вселить уверенность в будущее и неумолимый рост технического прогресса. Поздравляю победителей и желаю не останавливаться на достигнутом!»*



## Номинация: Оформление торгово-развлекательных заведений



**1 место**

Точка (Чайковский)

*Оформление ТРЦ KazanMall*

**2 место**

Реклама-Центр (Набережные Челны)

*Русский драматический театр «Мастеровые»*

**3 место**

ActiveDesign (Москва)

*Комплексное оформление ТЦ «Город»*

## Номинация: Оформление магазинов розничной торговли



**1 место**

ReSeM (Москва)

*Оформление магазина O:SPACE*

**2 место**

Лабиринт (Москва)

*«Магнит», комплексное оформление*

*Ником реклама (Нижний Тагил)*

*«Магнит Семейный», химическая тематика*

**3 место**

ЛазерСтиль (МО, Люберцы)

*Галерея XIAOMI*

## Номинация: Оформление предприятий общественного питания



**1 место**

Ректайм (Якутск)

*Оформление ресторана «Зазеркалье»*

**2 место**

Фасад и Интерьер (Мурманск)

*Vazar hall — оформление ресторана*

**3 место**

Неон-арт (Казань)

*Питейный дом 100 DAL*

## Номинация: Оформление предприятий сферы услуг



### 1 место

DL group (Уфа)

*Входная группа и навигация для Новошколы*

### 2 место

Неон-арт (Казань)

*АВТОСЕТЬ.РФ*

### 3 место

Ректайм (Якутск)

*Оформление интерьера «КВАНТОРИУМ»*

## Номинация: Оформление АЗС



### 1 место

Арт-Мастер, производство качественных вывесок (Пенза)

*Новый формат АЗС «Апельсин»*

### 2 место

КомпАС (Пенза)

*АЗС «СОЮЗ»*

### 3 место

Рекламно-производственная компания (Барнаул)

*Комплексное оформление АЗС «NAFTA 24»*

## Номинация: Навигация



### 1 место

Неон-арт (Казань)

*Набережная Казанки*

### 2 место

Бодрый дизайн (Красноярск)

*Навигация в ландшафтном парке*

*«Торгашинский хребет»*

### 3 место

Пластика (Воронеж)

*Орлово гнездо Заповедная Мордовия*

## Номинация: Стелы и крышные установки



### 1 место

Лабиринт (Москва)

Стела «ЛАБИРИНТ»

### 2 место

ART-COM (Новокузнецк)

Стела «Шахта Юбилейная»

### 3 место

Студия уникальных проектов (Екатеринбург)

Входная группа Айсберг

## Номинация: Праздничное городское оформление



### 1 место

ГК РОСТ (Новосибирск)

Фестиваль «Динотерра»

### 2 место

ГК РОСТ (Новосибирск)

Оформление бизнес мероприятия

в Абу-Даби для компании NL

### 3 место

МНОГОВЫВЕСОК.РФ (Уфа)

Комплексное новогоднее оформление

## Номинация: Гибкий неон



### 1 место

Фасад и Интерьер (Мурманск)

Неоновое изобилие — это вывески для  
кухонь мира ресторана Bazar hall

### 2 место

Лагуна (Анапа)

Боулинг клуб

### 3 место

Точка (Чайковский)

Оформление Teika Boom by Ksenia Borodina

РТ групп (Екатеринбург)

Оформление коворкинга «Мотив»

Все призы  
конкурса  
**ЗНАК-2022:**  
фотографии,  
описания,  
видео



# Итоги года: верим в себя, действуем и надеемся на лучшее!

Уходящий год стал настоящим испытанием для участников нашей отрасли. И несмотря на это, многие компании смогли не только выстоять, но и открыть новые направления, упрочить действующие. Мы попросили представителей некоторых из них поделиться своими кейсами, ответив на два вопроса:

1. Какие изменения произошли в вашей компании в текущем году, какие новые услуги, продукты запущены?
2. Как бы вы описали предварительные итоги года для вашей компании и нашей отрасли в целом?

## RDP Trade

В этом году запустили проект по продаже и установке самоклеящихся виниловых плёнок, которые имеют фактуру различных материалов. Если вам нужна текстура дерева, то наши пленки имеют не рисунок, а осязаемую фактуру дерева! Детали на Самоклейки.рф

Наши клиенты — крупные отели, для которых мы проводим быструю реновацию мебели. Если произошло повреждение, мы в течение пары часов устраняем повреждения с помощью наших материалов. Толщина пленок — от 150 до 400 микрон. Имеются противопожарные сертификаты. Текстурные пленки можно клеить практически на любые относительно гладкие поверхности.

Год был тяжёлым и для компании, и для отрасли в целом. Надеемся, что в следующем году будет не хуже, чем в этом.

## «Техно-Графика»

Произошли возрастные изменения, этот год требуем засчитать за три! Мы узнали свою категорию военной годности... Если без шуток, которые помогают спокойнее принимать новую реальность, то мы запустили поставку рулонных УФ-принтеров на широкий поток, сильно вы-

росли в настольных сувенирных принтерах, а также привезли новый «маркеткиллер» Docan H3000, который в первые полгода благодаря своей цене и комплектации разошелся очень убедительным тиражом. По-настоящему новым направлением стали лазерные системы на твердотельных источниках, используемые в обработке металла.

Несмотря на все дестабилизирующие и даже деструктивные факторы, рынок есть, на нем по-прежнему интересно работать. Более того, открываются новые возможности. Живем с надеждой на лучшее.

## ГК «РУССКОМ»

Уходящий год был практически «революционным» для нашей сферы бизнеса. Мы — импортеры и дистрибьюторы оборудования для полиграфии и рекламы, и после начала СВО часть нашего бизнеса оказалась под серьезной угрозой из-за санкционных действий недружественных стран. Но нам удалось справиться с этой проблемой: наладить новые каналы поставки, а также начать отношения с новыми поставщиками. Так в нашем ассортименте появились широкоформатные ламинаторы и режущие плоттеры из Китая, а также сублимационный металл из Китая и новые

пленки для термотрансфера на текстиль из Южной Кореи.

Помимо этого были разработаны новые логистические маршруты для импорта товаров в РФ, что положительно сказалось на снижении транспортных расходов.

Предварительные итоги года радуют: товарооборот практически восстановлен. Количество сотрудников компании не уменьшилось, а даже выросло. Мы достойно встретили вызов времени и преодолели его. И стали еще профессиональнее. И в очередной раз подтвердили не на словах, а на деле наш слоган «НАДЕЖНАЯ ТЕХНИКА ОТ НАДЕЖНЫХ ПАРТНЕРОВ».

## LIYU Russia

Выйдя на рынок РФ в 2021 с новой линейкой принтеров PLATINUM, разработанной как качественное решение для требовательных рынков Европы и США, в 22-м году компания не только активно заявила себя как новый игрок рынка, способный конкурировать с хорошо известными брендами, но и по результатам года показала достойный результат с инсталляциями планшетных, рулонных и гибридных моделей на различные предприятия как рекламного рынка, так и промышленной печати.

### «Первый Цех»

Год был тяжелым, но не менее продуктивным, чем предыдущие. Мы не только пережили все события, но и продолжили расти — в выручках, количестве проектов и количестве филиалов — были открыты филиалы в Алматы, Казани и Кирове.

Мы смогли диверсифицироваться. Научились делать торговое оборудование, арт-объекты и оформлять городское пространство.

Доработали вопрос автоматизации и выпустили новый продукт «мини франшиза». Ознакомьтесь с ним вы можете в нашей статье, а также оставив заявку на сайте <https://franchise.1zeh.ru/>.

События 2022 года научили нас ещё лучше работать с людьми и считать деньги.

Часть сотрудников перешла на удаленку, и мы не могли их не отпустить, а уход якорных рекламодателей вынудил нас тщательнее прогнозировать кассовые разрывы и считать текущую прибыль.

Мы сделали акцент на цифровизации нашего производства — погрузились в де-

тали расчётов, стали считать каждый шурупчик и, самое главное, — время наших сотрудников. Благодаря этому подходу мы смогли отказаться от заранее убыточных проектов и сосредоточиться на тех, что приносят нам прибыль.

А автоматизация отдела продаж помогла нам спокойно справиться с релокацией — мы даже не заметили, что часть персонала отсутствует на физических рабочих местах:)

### «Конструкторское бюро Точка»

Мы запустили участок порошковой окраски с камерой 6,5 м, расширяем парк оборудования лазерным станком с полем 3x2 м, что позволит предлагать решения не только на рекламном рынке, но и в смежных областях, таких как мебельное производство, уличная мебель и иные направления — всё это будет нами изучено. Нас знают как специалистов крупного формата, теперь пришло время освоить и серийное производство вывесок и не только.

2022 год для компании «КБ Точка» был этапным. Как я рассказал в интервью этого номера, мы построили дополнительный производственный комплекс со всеми коммуникациями и продуманным циклом прохождения заказов на производстве. Это самое важное, что было в этом году. Уже с января мы готовы принимать большой объем сетевых заказов, которые есть в нашем портфеле. Можно смело говорить об этом новым клиентам, что справимся и с их объемами. Мы не сокращали персонал и не отправляли сотрудников в неоплачиваемый отпуск, т.к. с начала лета объем работы был достаточный. Оцениваю 2022 год как сложный, но в то же время и интересный. Да, с рынка ушли иностранные сети, но и наша компания участвовала в «переодевании» ушедших.

Хочу всех читателей «Наружки» поздравить с наступающим Новым 2023 годом!

Верьте в себя и идите вперед! Всё у нас получится!

**ТЕХНОГРАФИКА JWEI**

**МНОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАНШТЕННЫЙ РЕЖУЩИЙ ПЛОТТЕР  
LIST DIGITAL-CUT 3121**

**ТЕСТ-ДРАЙВ В ДЕМО ЗАЛЕ**

**ВСЕ ИНСТРУМЕНТЫ  
EOT, UCT, POT, ERT, PCT, KISS-CUT, V-CUT  
Биговка, Фрезерный модуль**

**ДОСТУПНО В ЛИЗИНГ**

# Оклейка транспорта — ремесло, которому надо учиться!

Оклейка автомобилей виниловыми пленками получила относительно заметное распространение в начале нашего века. Однако бурное развитие этого направления началось с совершенствованием технологий производства пленок, а также широкоформатной печати. Владимир Киреев, мастер по нанесению пленок на автомобили, международный сертифицированный тренер, автор канала «Академия оклейки Valdevay», автор современных методик обучения в сфере оклейки, в интервью нашему журналу рассказал о своей профессии и частых ошибках, которые совершаются при работе с винилом для оклейки автотранспорта.



*Владимир Киреев, мастер по нанесению пленок на автомобили, международный сертифицированный тренер, автор канала «Академия оклейки Valdevay», автор современных методик обучения в сфере оклейки*

— Владимир, как Вы попали в эту профессию?

— В 2010 году вместе с другом я открыл свою компанию, в которой начали клеить защитную плёнку на автомобили. Параллельно занимались рекламой, но на автомобилях. То есть, клеили всякие рекламные изображения на автомобили и постепенно стали заниматься автостайлингом, то есть стали разрабатывать какие-то интересные рисунки, которые потом клеили и продавали, и на этом зарабатывали деньги. Это было самое начало.

— А где обучались этому ремеслу?

— В 2010 году ещё не было возможности где-либо учиться. Школ и университетов по оклейке не существует. И в первое время мы занимались самообразованием. В 2014-м году уже появилась возможность пройти обучение в Голландии от компании Avery Dennison, и мы туда поехали вместе с другими мастерами из России. Там же мы прошли обучение и получили первую сертификацию. Огромный опыт я получил, работая с профессиональными мастерами в России и Европе, это дало ог-

ромный толчок в знаниях. Но настоящим мастером я стал позже, когда начал изучать теорию о производстве пленок.

— Чем Вы сейчас занимаетесь?

— Я работаю в студии RWI со своим другом. Он занимается управленческой деятельностью, а я больше по производству. Я слежу за качеством работы мастеров, провожу обучение и, конечно, клею сам. Но обучение — мой главный конёк. Я являюсь международным тренером и преимущественно занимаюсь обучением людей — как новичков, так и профессионалов по направлению оклейки автотранспорта. Это и автостайлинг, и защита автомобилей прозрачными плёнками, и рекламное брендование автотранспорта. Брендование — это тоже очень важное и сложное направление, которым мало кто занимается профессионально.

— В прошлом Вы в большей степени занимались практической работой, не только обучением. Какие заказы запомнились больше всего? Кто ваши клиенты?

— Я действительно с 2010 года начал





клеить и клею до сих пор. Это необходимо делать постоянно для того, чтобы поддерживать навыки. А параллельно я ещё занимаюсь и обучением. Из многочисленных заказов особенно запомнилась работа с «Х5 Ритейл Групп». Я выполнил оклейку 130 автомобилей. Это были тягачи вместе с прицепами. Я ездил по всей России и оклеивал их. Также проводил работы по брендированию автомобилей «Фольксваген». Кроме того, я делал оклейку премиальных автомобилей этого бренда защитными пленками, это еще порядка 50 машин. Это были заказчики, которые давали крупные объемы заказов. А так мы обычно ориентируемся на конечного потребителя — владельца автомобиля. Для них мы делаем различные дизайны, переклеиваем в другие цвета или защищаем прозрачными пленками.

Ранее я часто участвовал в соревнованиях по оклейке пленкой. Например, в Германии на National Wrap Cup наша команда заняла 3 место. Несколько раз становился финалистом. Но в последнее время меня чаще привлекают как судью.

— Давайте теперь поговорим о технической стороне вопроса. На Ваш взгляд, какие основные принципы поклейки необходимо знать для того, чтобы качественно выполнять свою работу?

— Я считаю, что теоретическая часть — самое необходимое для профессионала. Нанести хорошую плёнку, которая легко клеится, может практически любой человек. Однако основная проблема новичков и самоучек заключается в том, что через некоторое время закатанная ими плёнка

начинает подниматься, отклеиваться и вздуваться в углублениях. Это свидетельствует о недостаточной теоретической базе исполнителей. Поэтому я всегда считаю, что нужно дать необходимую теорию мастеру или студенту и после этого отработать всё на практике. Это основа.

Если говорить об озвученных выше дефектах, то стоит отметить, что чаще всего проблемы случаются из-за того, что люди не догревают материал и не знают технологии производства пленки. Берут, к примеру, мономерный материал, это дешёвая плёнка, и пытаются её поклеить на какую-то сложную форму, для которой этот материал не предназначен. На самом деле причин много, почему плёнка может подниматься, вставать и трескаться, лопаться и так далее. Но основные причины — это неправильный выбор материала и недогрев пленки.

— Вот Вы смотрите на поклеенные автомобили на улицах и уже как специалист можете сказать, что здесь вот это сделано неправильно, здесь вот такая-то проблема и так далее. Какие ещё ошибки чаще всего допускают ваши коллеги?

— Давайте разделим этот вопрос на три части, на три направления. Первое — работа с защитными пленками. Здесь основная проблема заключается в том, что люди используют слишком много праймера. Об этом я подробнее рассказываю в статье в этом же выпуске журнала. Использование праймера часто ведёт к разрушению лакокрасочного покрытия после демонтажа плёнки. Пока машины ездят, всё супер круто, всё очень здорово выглядит.

Но в момент снятия этого материала, мы столкнемся с разрушением ЛПК и соответствующими дефектами на поверхностях автомобилей.

Второй момент, если мы говорим про брендирование автомобилей, где используются печатные материалы, здесь будет чуть больше возможных ошибок. Это, например, неправильный выбор материала. Как я сказал ранее, используется не литой материал для сложных поверхностей, а какая-нибудь дешёвая каландрированная пленка. Вторая проблема — это неправильный выбор ламината. То есть, если мы запечатываем литую пленку, то нам нужно использовать для её защиты и литой ламинат, иначе он будет тянуть пленку и поднимать её в углублении.

Следующая проблема — это недогрев. Далее идёт неправильное обезжиривание поверхности, неверный выбор химии, который используется для обезжиривания, неправильный выбор материала, которым обезжиривается поверхность. Приведу пример. Однажды мы ездили в Болгарию на тренинг, так вот там поверхность под поклейку обезжировали просто рукавом от толстовки, его нижней частью.

Наконец, это незнание техники нанесения. Например, если работать со сложными углублениями, нужно правильно сформировать напряжение в материале для того, чтобы плёнка там долго держалась.

И третье направление — работа с винилом. Когда мы говорим уже про обычные легковые автомобили, здесь очень много проблем возникает с оклейкой бамперов, потому что люди не знают, как делать вставки, либо также перетягивают материалы,

либо не в том месте делают вставку, либо не нагревают плёнку. Частично совершаются те же ошибки, что в брендировании, но добавляются ещё какие-то дополнительные аспекты, которые связаны с оклейкой конкретного автомобиля, конкретной формы деталей.

— Владимир, многие из наших читателей занимаются рекламным брендированием автомобилей, где обычно задействуются относительно плоские поверхности, а иногда лишь их часть. Имея большую теоретическую базу, скажите, в этих случаях допускается ли использование каландрированных плёнок?

— Я считаю, что если поверхность ровная, то можно клеить обычный мономерный материал, это вполне допустимо. Но если у нас идёт какое-то небольшое углубление или поворот поверхности, но при этом пленка клеится по одной оси, то есть её можно положить на поверхность без натяжения, то можно использовать и полимерные материалы. Например, у Avery Dennison это 700 серия, у Oracal 551 серия. А если уже плёнку необходимо натягивать, либо она попадает на какую-то выпуклую поверхность или со значительным углублением, то уже необходимо использовать литые пленки. Если совсем коротко, то мономер — это для ровных поверхностей, полимер — для ровных и слегка изогнутых поверхностей в одной оси, а литые используются для всех сложных поверхностей, которые имеются на автомобиле.

— Как изменились технологии и материалы для оклейки транспорта с того момента, когда Вы начали этим заниматься?

— Во-первых, благодаря развитию

брендирования автомобилей вырос рынок литых плёнок. Также я познакомился за это время с плёнками, которые не ламинируют, а лакируют. Это тоже интересный метод нанесения, так как пленка становится тоньше и она надёжнее сидит в углублениях, и в целом процесс производства этого бутерброда намного дешевле получается. Далее, если касаться защитных плёнок, то в 2010 году пленки не имели лакированного слоя. Теперь лак используется абсолютно во всех защитных плёнках. Он и придаёт плёнке суперглянцевый вид, то есть машина с ним очень классно выглядит. Лак имеет эффект самовосстановления, то есть, если появляются какие-то мелкие царапины, то под воздействием тепла они сами затягиваются. И также этот лаковый слой даёт гидрофобный эффект.

— А вообще обязательно плёнку защищать ламинатом или лаком?

— Да, я считаю, что это обязательный момент, если, конечно, это не УФ-печать. Любые пленки, которые запечатываются сольвентом или латексом, лучше защищать. Кстати, если немного отойти от темы и поговорить про печать, то я хотел бы озвучить ещё одну проблему — это недосушка плёнки перед ламинацией. Зачастую, когда клеится плёнка, она бывает очень мягкой, нанесение усложняется, пленка сильно тянется и быстро прилипает. Это как раз говорит о том, что сольвент, который не досушился и остался на бутерброде, выходит либо внутрь самой плёнки, в её клеевой слой, либо он попадает в клей ламината. И в обоих случаях наступают очень плохие последствия — либо ламинат отклеивается от плёнки, либо сама плёнка отклеивается от поверхности.

Это часто можно увидеть, когда, например, пленка с изображением приклеивается на какую-то ровную поверхность, и там, где большая заливка, краешек у плёнки начинает отклеиваться. Это как раз говорит о том, что материал недосушен. У нас мало кто на это обращает внимание. У нас обычно распечатали, сразу же заламинировали и пошли клеить.

— Как долго нужно подсушивать?

— Вообще рекомендуется, если это обычный жёсткий сольвент, который быстро испаряется, то период сушки должен составлять от 24 до 48 часов. Время сушки зависит от того, какая плотность у заливки, то есть, если это лёгкие какие-то цвета, то достаточно 24 часов. Если это плотная чёрная заливка, то тогда, естественно, нужно применять уже более длительный процесс сушки. При этом при сушке тоже нужно соблюдать правильную технологию. Сольвент тяжелее воздуха, поэтому рулоны плёнки нужно разворачивать и приподнимать от пола, чтобы сольвент мог выйти вниз.

— Мне кажется, у нас вообще мало кто это делает...

— Да. А в Европе для этого используют специальные сушилки. Но самый простой вариант — это взять сетку, расстелить обычную рабицу, и на нее поставить рулон, чтобы сольвент немножко опускался. Почему у нас не сушат? Потому что у нас используют дешёвые материалы. И в целом цены на оклейку у нас очень дешёвые. Но если брать какие-то сложные проекты, там, где у нас клиенты отдают до четверти миллиона за работу, в этом случае необходимо обязательно сушить для того, чтобы





материал устойчиво держался на автомобиле в течение длительного времени.

— Владимир, по Вашему опыту, какие материалы для автостайлинга и брендинга наиболее качественные?

— Мы преимущественно работаем с двумя брендами, это Avery Dennison и Orajet от Orafol. А вообще я тренер от Avery Dennison, поэтому мои предпочтения весьма обоснованы.

— Владимир, я знаю, что у Вас огромный опыт в преподавании, расскажите о ваших образовательных курсах.

— В 2014 году я запустил youtube-канал по обучению в сфере автостайлинга, и с тех пор я разместил порядка 150 роликов. В основном с образовательным контентом. С тех пор у меня пошёл клиент по обучению. С 2016 года я начал обучать, люди стали приглашать меня на личные тренинги. Таким образом я провел обучение почти в каждом городе центральной России и несколько раз в Европе. После этого мы создали на базе компании «ЛРТ сертифицированный центр по обучению от международной компании Avery Dennison — он называется «Академия 1, 52» — и стали официально обучать специалистов по европейской программе.

Как тренер стараюсь обучать одновременно не больше 4 студентов, это максимальное количество людей, за которыми можно уследить и которых можно проконтролировать. Больше 4 студентов — это уже семинар.

Совместив все имеющиеся знания и опыт преподавания, я разработал методику обучения, которая включает в себя простейшие упражнения и понятные теоретические знания, выполняя, которые

студент быстро обучается и получает необходимые задатки для дальнейшего развития. Это намного эффективнее, нежели обучаться самому и переучиваться в будущем. А на выходе мы получаем мастера с задатками высокого профессионала. Далее дело остается за продолжением развития мастерства.

Например, возьмем технику резки ножом. Мало кто задумывается, но правильное положение ножа в руке влияет на ровность реза и шанс прореза пленки насквозь. Новички держат нож, как удобно и часто неверным образом, а профи почти всегда одинаково, одинаково правильно. Хочу обратить внимание, что во время резки по разным поверхностям положение ножа в руке должно меняться.

Параллельно я проводил обучение в Европе от компании Avery Dennison непосредственно как тренер. Мы приезжали в разные страны и обучали мастеров абсолютно разного уровня подготовки, но каждый оставался довольным и находил что-то новое, даже те, кто работает в сфере более 20 лет. Также я проводил обучение для тренеров компаний по защитным плёнкам, так как в России нанесение защитных плёнок очень востребовано, и уровень мастеров в России намного выше, чем в Европе или Америке. У нас одни из лучших специалистов по нанесению защитных плёнок. Дополнительно я сделал несколько видеокурсов, где много информации для начала работы с плёнками, любой желающий может начать заниматься по ним самостоятельно.

— Владимир расскажите, как Вам пришло в голову создать youtube-канал, с какой целью?

— Мой youtube-канал является самым крупным специализированным образовательным каналом в странах СНГ. Там сейчас порядка 50 тысяч подписчиков, некоторые ролики, набрали почти один миллион просмотров, что для узкоспециализированного канала является отличным результатом.

Изначальной целью было освещение темы оклейки среди массового зрителя. Я хотел показать, как можно качественно оклеить автомобиль, как должны выглядеть автомобили из-под руки мастера. Я уверен, что многие автовладельцы сделали определенные выводы и стали более требовательно относиться к тем, кто предлагает услуги по оклейке транспорта.

Второй целью является повышение качества работы самих мастеров. Так как стандартов оклейки не существует, мастера всё делают по-своему, у кого-то заворот у двери 1 см и со складками, а кто-то красиво обрезал по краю герметика. Всю эту информацию нужно донести и зрителю, и мастеру. За 8 лет ведения канала я получил очень много положительных отзывов от мастеров от просмотра моих видеороликов, чему безумно рад.

Главная цель — развитие и популяризация направления оклейки.

— Владимир чем Вы занимаетесь в свободное от оклейки время, у Вас есть хобби?

— В свободное время я играю на гитаре, в том числе, на бас-гитаре. Люблю придумывать свою музыку. Обожаю мотоциклы.

Беседовал Олег Вахитов,  
20 ноября 2022 г.

# Смелость берет города!

Как маленькое агентство из небольшого города Чайковский превратилось в производственный комплекс, обслуживающий крупных федеральных заказчиков, мы узнали из интервью с Александром Вышинским, директором «Конструкторского бюро Точка».



Александр и Татьяна Вышинские, руководители «КБ Точка»

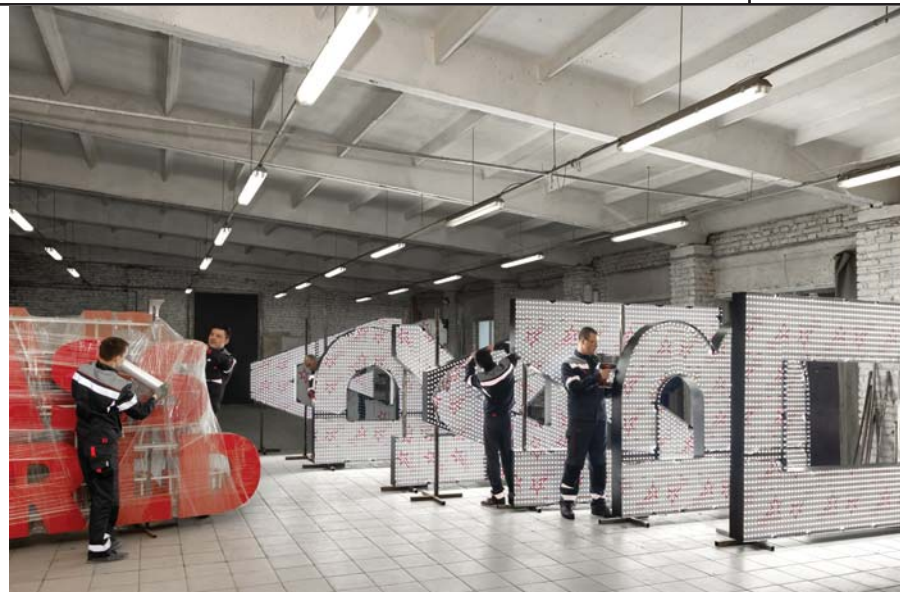
— Александр, как и когда образовалась компания «Точка»?

— До 2010 года у меня было небольшое рекламное агентство, в котором работал я и дизайнер, заказы на изготовление самих вывесок передавались «на сторону» в компанию, которую в последующем я выкупил у его руководителя, так как она оказалась в предбанкротном состоянии. Был выкуплен производственный инструмент, который состоял из ручного и нескольких простых станков, включая плоттер. При этом был вынужден переписать на себя долги по аренде занимаемых площадей предыдущим собственником компании. Важный момент для покупки — у компании было хорошее портфолио работ, знания и опыт, так как собственник ещё с советских времен являлся художником-оформителем крупного завода, что выработало умение делать всё качественно. После приобретения компании ко мне перешел работать и её бывший владелец. Вместе мы проработали около 9 лет, он управлял производством, нанимал и обучал новых сотрудников, передавая им свои знания.

В период покупки у компании Точка были неоконченные обязательства перед клиентами, которые мне пришлось выполнять. Одно из них — вывеска для развлекательного комплекса «Серебряный шар», работающая по сей день в городе Чайковский.

— И как удалось выкрутиться? Откуда пришли первые заказы?

— Осенью 2010 г. я пришел к директору строительной компании, на тот момент у него был контракт на облицовку фасада алюминиевыми композитными панеля-



ми, я предложил выполнить данные работы, так как был уже небольшой опыт оформления магазина. Получилось так, что первые заработанные деньги мы получили на строительстве. После первого удачно выполненного контракта нам удалось договориться с этой строительной компанией на выполнение нами 50-70% их заказов на фасады и входные группы из алюминиевых композитных панелей. Эти контракты помогли рассчитаться со старыми долгами.

Параллельно я начал «выходить» на Ижевск. Там было несколько торговых центров, для которых нами были изготовлены вывески. Так, например, на ТРЦ «Флагман» уже более 10 лет работает наша вывеска, изготовленная с применением светодиодов с кристаллами Samsung. Проекты с разными ТЦ были основными в нашем портфеле заказов.

— Компания «Точка» находится в городе Чайковский с населением не больше 100 тыс. человек. Это совсем небольшой региональный городок. И вдруг мы видим компанию «Точка», которая конкурирует с лидерами российского рынка в сфере рекламы. Как тебе удалось выйти на такой уровень? Почему заказчики федерального масштаба обращаются в твою компанию?

— Примерно четыре года после создания компании мы работали, не выходя далеко за пределы Пермского края и Удмуртии — в основном это был Чайковский и Ижевск.

Наш первый крупный федеральный клиент — сеть кинотеатров «Киномакс». Первую конструкцию в Москве мы смон-

тировали в 2014 году на Водном стадионе. Им понравился результат нашего первого совместного проекта. Далее мы оформили еще несколько кинотеатров не только в московских торговых центрах, но и по всей стране, включая Владивосток. Так, нами выполнено 14 объектов, включая и оформление интерьеров.

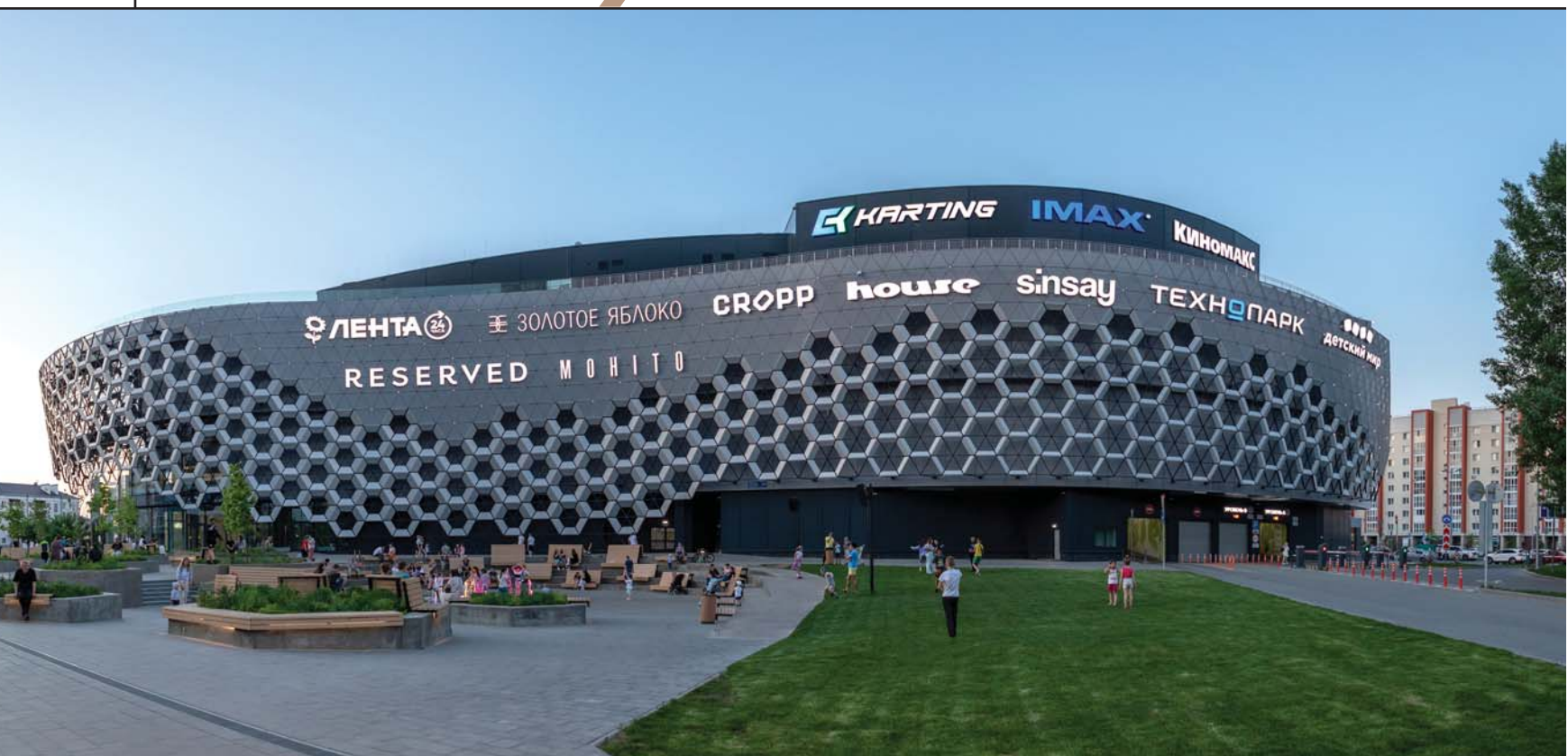
Потом у нас появился «М.Видео», «Спортмастер», другие клиенты. А участники рынка знают их строгий подход к качеству сданных объектов. Плюс, у меня есть принцип — мы всегда берем качественные проверенные временем комплектующие, не экономим на материалах, работаем только с теми, кто дает хорошую по сроку гарантию. Например, мы долгое время работали со светотехникой Baltled. Казалось бы, зачем выбирать такую дорогую светотехнику? Это давало определенные преимущества. Baltled, уже зная качество наших работ, рекомендовал нас своим клиентам. До сих пор мы общаемся с некоторыми клиентами, с которыми нас познакомил Baltled. В то же время и мы продвигали эту светотехнику и использовали их в производстве своих конструкций. К слову, у нас гарантия на наши изделия минимум 2 года. И к нам приходят те клиенты, которым нужна вывеска не на год-два, а надолго. Если у федеральных заказчиков в Москве мы итоговую цену могли дать дешевле конкурентов за счет низких затрат на обслуживание производства (наше здание в собственности и нет аренды, гораздо ниже цена на коммунальные расходы, ниже ФОТ), то в регионах мы могли оказаться уже незначительно дороже других, но при этом мы доказыва-

ли, что наша продукция более высокого качества с длительным сроком службы, что подтверждалось и гарантией. В Чайковском, в силу своих возможностей, многие Заказчики просят сделать вывески подешевле, используя низкого качества материалы, чтобы сэкономить, мы этого себе позволить не можем. Тем не менее, официальную стелу нашего города администрация заказала именно у нас. Теперь эта стела на многих открытках и в путеводителях.

— То есть, ты не веришь, что всех клиентов интересует только низкая цена?

— Да, я не верю в это. Я уверен в том, что критерий цены является не первым. Нужно быть просто уверенным в себе, в своих доводах, в том, что ты предоставишь клиенту качественный продукт. Эта уверенность передается и клиенту и позволяет продавать дороже конкурентов. Повторюсь, мы никогда не скупимся на качество. Были, конечно, первое время ошибки, но в основном мы всегда стараемся держать марку. Для крупного сетевого клиента важна предсказуемость и надежность подрядчика. Т.е. вовремя сданные объекты, отсутствие торчащих саморезов или отклеивающейся пленки, правильно и вовремя предоставленные документы. Хорошая коммуникация с проект-менеджером. Цена — важный критерий, но точно не главный.

— Часто производители в маленьких городах жалуются на отсутствие работы, клиентов. Для тебя, судя по всему, локация в небольшом городе является не преградой, а, скорее, преимуществом.



— Так и есть. Почему у моего предшественника не получилось развить компанию? Потому что, когда мы брали наш первый заказ на облицовку фасада, он говорил, что мы не сможем это сделать, зачем браться за работу, которую мы не знаем, как выполнить. Мой ответ был, что всё будет нормально, мы сделаем это. Поэтому кто-то боится и стоит на одном месте и не развивается, а кто-то берёт и делает. Бизнес — это всегда риск. Но рисковать нужно осознанно. Первый год после оформления своей организации я расплачивался с долгами по аренде и незаконченными заказами предшественника, на второй год начал немного зарабатывать. В 2012 году я уже начал присматривать здание для производства на расширение, так как на тот момент в аренде было всего 100 кв.м площадей. Осенью в местной газете объявлений (не смейтесь, тогда газеты еще были популярны в регионах) Татьяна (ред. супруга) случайно нашла привлекательные варианты. Я поехал их посмотреть, мне приглянулось здание площадью 650 кв.м на самом берегу Камы с потрясающими видами. Так как наступала зима и здание было без отопления, мы его оставили до весны/лета. На обустройство здания мы оформили кредит — для нас это была существенная сумма, но я видел четкую перспективу благодаря уже наработанной базе клиентов. В этом году мы провели

большую работу по расширению нашего производственного комплекса. Мы достроили еще 900 кв. метров. Провели дополнительные электрические мощности, отопление, поставили правильный свет, сделали наливной пол с идеальным покрытием. Продумали как изменить прохождение заказов по этапам производственной цепочки. На сегодняшний день у нас общая площадь теплых помещений — около 1500 кв.м.

— То есть, работая на арендованной площади в 100 квадратных метров можно заработать на здание площадью 650 квадратных метров?

— Это не совсем так, в период аренды производства, мы «стояли на месте» и не могли начать активно развиваться, и как только начали приходить новые заказы, нам стало не хватать площадей, мы теснились, поэтому я и начал искать производство большей площади. Свое здание дает определенное конкурентное преимущество. Оно может быть в любом месте, даже в небольшом городке, там и цена его будет ниже столичной.

— А как ты выходишь на клиентов?

— Я называю это «выходом через заборы». Строится какой-то коммерческий объект. На его заборе висит баннер, где указано, кто строит, кто заказчик, кто под-

рядчик, кто за что отвечает. Далее выясняем задачу и потребность клиента, делаем коммерческое предложение с её решением. Я хороший менеджер. Когда еду в другой город, анализирую увиденное. Читаю разные новости и все время примеряю различные ситуации на себя, на свою компанию — как «КБ Точка» может участвовать в том или ином проекте. У меня все время такой мыслительный процесс.

— Как построены продажи в компании?

— В основном все крупные клиенты в компании — это результат моих контактов, связей, моей работы. У нас есть менеджеры, которым я передаю клиентов в работу. По сути они менеджеры проектов, ведут клиентов от привязки до закрывающих документов. В направлении продаж, скажу честно, есть куда стремиться. Проходили и будем проходить обучающие семинары. Еще в этом году к нам в компанию пришел работать опытный сотрудник Алексей Гуров. Мы вместе стараемся продвигать компанию «Точка» в крупные сети.

— Чем ты мотивируешь сотрудников?

Они работают в успешной компании, которую знают на федеральном уровне. Мы стараемся устраивать мероприятия по сплочению коллектива, где отдыхаем и общаемся в неформальной обстановке. Как говорят знающие люди — с удовольстви-



ем из дома на работу и с таким же чувством домой.

— А как тебе удастся в маленьком городе находить профессионалов для своей компании?

— Все наши сотрудники — обученные нами специалисты. Работа не такая уж сложная — мы же не космические аппараты запускаем. Нужно лишь предоставить регламенты, инструкции, правила. Это важно. Приведу пример — каждый рабочий день заканчивается уборкой своего рабочего места и участка. Это дает для работника следующим утром правильное ощущение. Т.е. он приходит на свою красивую планету. Помните, как у Экзепюри? У меня есть технический директор Андрей Хайров, который занимается построением производственных процессов, пишет регламенты, правила, которые контролируются и потом соблюдаются. Мы занимаемся обучением внутри компании. Пытаемся наладить оптимальное взаимодействие между сотрудниками.

— Александр, в чем сильная сторона твоей компании в сравнении с коллегами?

— Во-первых, есть сложившийся коллектив, команда. Во-вторых, у нас неплохие работы, которые можно увидеть в портфолио на сайте. В-третьих, наличие собственного производственного здания.

Я понимаю, что у многих есть свои производственные площади, но накладные расходы, особенно в Москве, всё равно выше.

Сейчас мы планируем пополнение парка оборудования. В скором времени планируется поставка лазерного станка. Монтируем на новых площадях участок порошковой покраски большого размера. Поэтому, надеемся, в ближайшее время мы сможем клиентам предлагать практически любые изделия без ограничений, причем, не только на рекламном рынке. Мы движемся уже к небольшому производственному комплексу.

Обучая сотрудника, ты передаешь ему частичку себя, и он это чувствует, понимает, что это его, и сотрудник остается с тобой. В больших городах совсем другое отношение к заработку, там все стремятся к увеличению зарплаты и получая лучшее предложение без раздумий уходят. Здесь же можно реализовать вещи, которые ты не можешь реализовать в Москве. И сделать это дешевле. Но это может работать, только когда ты становишься крупнее. Маленьким компаниям в любом случае сложно.

— Александр, какие у тебя планы по развитию компании? И второй связанный вопрос — «КБ Точка» в прошлом году вступила в «ВИЗКОМ». Что ты ожидаешь от ассоциации или чем ты можешь способствовать ее развитию?

— У меня нет планов серьезного увеличения штата. Я больше за технологии, за то, чтобы увеличивать эффективность производства без увеличения трудозатрат. Поэтому развитие вижу в оптимизации труда, приобретении соответствующего оборудования и т.д. Надо запустить все процессы в новом производстве. Куда, кстати, приглашаю членов «ВизКом» на экскурсию. Думаю, посмотреть на региональное производство и наш подход будет познавательно. На сегодняшний день у нас общая площадь теплых помещений — около 1500 кв.м. Добавлю, что и клиентов тоже ждем в гости, у нас красиво и интересно. А еще угостим прекрасным таежным чаем и медом.

Для себя я выбрал такую позицию, что надо самим делать мир вокруг себя лучше. И на это не надо жалеть деньги. Наше производство стоит на берегу Воткинского водохранилища реки Кама, здесь красиво всегда, сюда приятно приходить. Мы стремимся сделать наше производство одним из самых образцовых в России.

**Т.ЧКА**  
конструкторское бюро

# Использование праймера в оклейке автомобиля и его негативные последствия

Зачастую производители рекламы, занимающиеся брендингом транспорта, используют праймер для надежного закрепления самоклеящейся пленки на борту автомобиля. Однако при этом редко берется в расчет тот негативный эффект, который оказывает праймер



на оклеиваемую поверхность. Да и демонтаж пленки в таком случае доставит немало хлопот тем, кому предстоит этим заниматься.

*Автор: Владимир Киреев*

*Справка.*

*Владимир Киреев — мастер по нанесению защитных и цветных ПВХ-пленок на автомобили, международный тренер, владелец высочайшей студии в Москве. Владимир ведёт самый крупный youtube-канал по обучению работе с пленками в РФ.*

## Истоки

ПВХ-материалы синтезировали в XIX веке. Самоклеящиеся материалы появились в современном виде во второй половине XX века. Это были не такие совершенные пленки, как сегодня. О каналах для отвода воздуха можно было мечтать, а пленки производились только полимерные и чаще всего использовались для производства рекламы и клеились на ровные поверхности.

Со временем спектр применения самоклеящихся пленок начал расширяться, и рекламщики увидели хороший потенциал в использовании этого материала для оклейки транспорта — размещать рекламу на автомобилях выгодно и недорого, а с точки зрения продаж — достаточно эффективно.

Первые попытки оклейки автомобиля приводили к проблемам — на сложных формах не получалось приклеить пленку

так, чтобы в итоге это не отразилось негативным образом на внешнем виде всего автомобиля. Законы физики никто не отменял, и усадка пленки (стягивание в начальную форму), проявляющаяся через некоторое время, приводит к визуальным дефектам — трещинам, пузырям в углублениях, лопающимся на морозе, и грязным клеевым рамкам вокруг наклейки. Простыми словами, вытянутая пленка стремится вернуться в исходное положение, клей не может удержать материал, какой бы силой он не обладал.



## Борьба за качество

Компании, производящие материалы, пытались бороться с отклеиванием и усадкой пленки в углублениях с помощью продукта, о котором сегодня пойдет разговор — с помощью праймера. Мастера призывали, что каждый элемент можно промазать праймером, после чего пленка лучше прилипала к любой поверхности. Так делали все поголовно, ведь в то время никто не изучал технологии нанесения пленок. В 2010 году с обучением в данной области были проблемы, опыт передавался от мастера к ученику.

Тем не менее, еще в 2000 году на рынке появляется множество литых пленок, предназначенных для сложных поверхностей. Литой материал не имеет усадки, благодаря способу производства. Но мастера по-прежнему используют праймеры, даже в тех местах, где нет необходимости, страхуя себя от лишних рекламаций.



## Суть проблемы

Все это привело к тому, что 95% мастеров льют праймер на все возможные поверхности — завороты на капоте, двери по периметру, в углубления толстым слоем и так далее. Только несколько процентов преданных своему делу профессионалов понимают будущие проблемы и стараются решить данную задачу с помощью своих навыков.

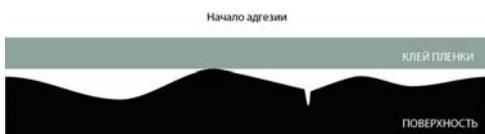
Простыми словами, праймер — это состав, усиливающий клеящие свойства самоклеящихся материалов. Пленки, скотчи, марки — все, что может приклеиться, с праймером будет клеиться с большей степенью, чем без него. Каждый, кто удалял самоклеящуюся пленку с поверхности автомобиля, где использовали праймер, понимает, насколько сложной является эта работа и токсичной из-за выделяемой химии в процессе удаления клея.

Таким образом мы уже имеем два минуса от использования праймера — сложность демонтажа пленки и сложность удаления клеевых остатков, а ведь есть еще несколько...

## Что такое адгезия

Клеевой слой пленочных материалов требует времени для набора силы прилипания (адгезии). Нельзя выгонять автомобиль сразу после оклейки на мороз, так как пленка недостаточно прилипла к поверхности.

Необходимо время для затекания клея во все углубления поверхности на микроскопическом уровне. Даже если вам кажется, что лак на автомобиле ровный, на самом деле он имеет много впадин, перепадов высот и мелких царапин, в которые должен проникнуть клей, именно для этого процесса необходимо время. Работа клея с течением времени на рисунке ниже.



## Принцип работы и результаты

При нанесении праймера на поверхность он повреждает покрытие, создавая очень мелкие впадинки, похожие на трещины в пустыне после дождя, за которые цепляется клей. Впадин так много, и они находятся совсем на поверхности, что пленка моментально приклеивается, будь то ПВХ или полиуретановые материалы, при сухом или мокром способе нанесения. Визуально это выглядит так: мы видим, что верхняя часть имеет мелкую рябь — это повреждения поверхности. Снизу поверхность, которая имеет некоторые царапины (Рис.1).

Давайте увеличим. На последнем изображении (Рис.2) видно, как праймер повреждает поверхность. Чем больше повреждений, тем эффективнее будет праймер, тем мощнее он будет приклеивать самоклеящиеся материалы.

Далее обратим внимание на пленочный клей, который также повреждается после демонтажа с поверхности, где был нанесен праймер. Сейчас вы видите каналы для отвода воздуха, полимеры (синие точки) и сам клей, он прозрачен (Рис.3). Обратите внимание на полосы — это вырванные куски клея, которые остались в трещинах на поверхности, обработанной праймером.

Теперь становится понятно, почему клей очень сложно очищается с поверхности. Клей находится в поврежденных порах.

Проблемы, возникающие при использовании праймера:

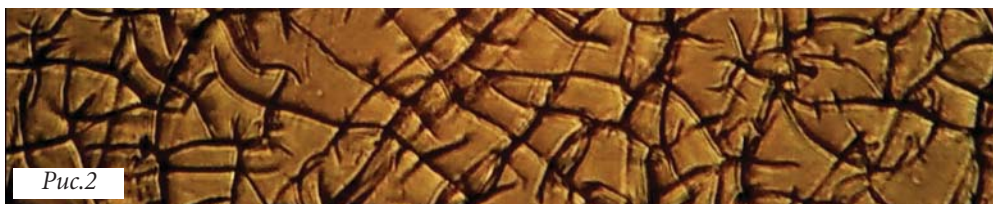
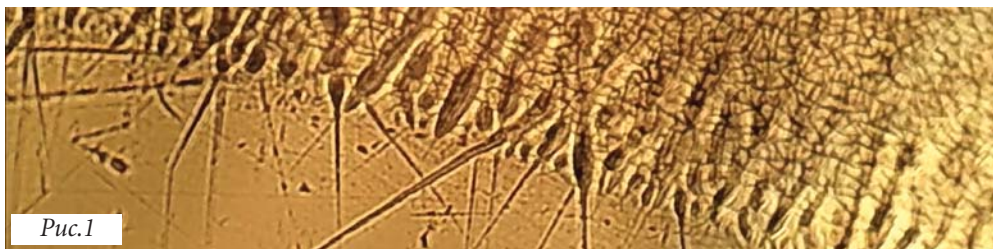
1. *Праймер наносит повреждения поверхностям.*
2. *Удаление праймера требует много сил.*
3. *Химия для удаления праймера токсична.*
4. *При демонтаже возможны отслаивания краски на пластиковых элементах.*

## Выводы

Для того, чтобы избежать озвученных выше проблем, необходимо приобретать навыки работы с пленками, а также осваивать технику поклейки, изучать руководства по использованию пленок от производителей и, разумеется, применять правильные материалы. В этом случае вам не придется использовать праймер.

Например, при работе с ПВХ-материалами перед их поклейкой лучше нагреть углубления или завороты, что даст лучший адгезивный эффект. При работе с полиуретаном необходимо подождать, пока высохнет вода и только после этого сделать завороты. В крайнем случае используйте точечные мазки праймером в тех местах, где они жизненно необходимы.

В любом случае хорошо подумайте, какой вред вы наносите автомобилю при работе с праймером, прежде чем воспользоваться им.



# Как нетворкинг позволяет развивать бизнес и помогать другим

Сложно переоценить пользу от профессионального общения, взаимодействия внутри сообществ. При этом коммуникационные навыки дают свои плоды не только для развития своего бизнеса, но и для помощи другим, внесения вклада в общее дело. О своем опыте нетворкинга мы попросили рассказать Антона Эмиха, который является, пожалуй, самым активным участником всех профессиональных форумов, как в офлайне, так и в онлайн.



Антон Эмих, руководитель компании Print&Media

— Недавно у одного из наших коллег случилось несчастье, сгорело небольшое производство вместе с компьютерами и станками для работы. И узнав об этом, ты довольно быстро организовал сбор средств для пострадавшего. Расскажи, как все началось, ведь раньше подобных прецедентов в нашей индустрии не было. Не было ли у тебя опасения, что рынок проигнорирует твою просьбу и ничего не получится?

— Это была пятница, и у меня день не задался. Где-то я всплыл на сотрудников, потому что что-то там не получалось или кто-то меня не слушал, и я уехал из офиса. Еду по городу такой злой, достаточно заведённый, и звонит Сергей. Спрашивает, как дела? Мы со всеми людьми, с которыми познакомились в этом году на форуме, периодически созваниваемся. Иногда просто, чтобы узнать, как работа, как дети. С кем-то даже дружим семьями. С Сергеем познакомились на форуме «Виз-Ком» на Байкале. И вот пятница, Сергей звонит. Он спрашивает, как у меня дела. Я говорю, что у меня капец сегодня какой-то, огонь вообще! Там что-то поставщики не привезли, там монтажники не сделали, этот забыл что-то... Ну, какой это огонь, говорит он. Это у тебя не огонь, а у меня пожар. А я дальше продолжаю про свои проблемы. А он: Антон, ты не понял, у меня реально пожар случился. И тут я понимаю, что у него реально сгорело производство. Сергей мне начинает рассказывать, что у него приключилось и что значительная часть оборудования не подлежит восстановлению. Я говорю: так, ты давай там соберись с мыслями. Мы сейчас подумаем, что делать. И я сначала долго думал о том, что он мне рассказал, а потом нава-

лились тонны своих дел, и я даже немного подзабыл о нём. А потом проснулся в субботу утром и снова стал думать, как мы можем ему помочь. Наверное, какие-то деньги надо попробовать собрать хотя бы с тех людей, с которыми мы были на форуме. Я сначала подумал про тех людей, с которыми мы на Байкал ездили. Потом мне начала писать Лариса из Рубцовска и тоже предложила что-то сделать. Я говорю, что сначала надо подумать, как это правильно сделать, и потом мы начнем.

И тут я понимаю, что в принципе уже есть общий счёт, на который можно было бы собирать средства. У нас есть небольшой чат, который называется «Непоседы». Там собрались ребята, с которыми мы познакомились на разных форумах в течение этого года. Там до 100 человек организовалось. И мы открыли общий счет и начали просто собирать добровольные взносы как бы за вступление в наше сообщество. Это казалось тогда шуткой, но 20000 рублей мы собрали за несколько месяцев. То есть у нас уже был стартовый капитал. Мы не знали, для чего эти деньги, но они лежали сначала на моём счете, а потом мы открыли общий сбор, куда перевели все средства, чтоб все видели эту сумму.



— И потом этот же счет использовали для сбора помощи?

— Да, я спросил у ребят, не против ли они, и никто не возразил, после чего мы начали на этот же счёт скидывать деньги для Сергея. Я предложил ребятам помочь нашему коллеге, который тоже состоит в чате «Непоседы», кто чем сможет. Мы подумали с Ларисой, что соберем тысяч сорок, может, сто. А если все из чата скинутся, то и двести сможем собрать. И мы начинаем собирать. Сергей поначалу отказывался, но я сказал, что помощь никогда не бывает лишней и попросил его прислать какие-то фотки со сгоревшего производства. И мы показываем это людям, рассказываем, что у коллеги случилась беда. И через 15-20 минут после того, как мы выложили пост в чате, начали поступать средства. И тут я понял, что надо пробовать дальше и выложить сообщение во всех чатах, где меня знают. Оказалось, что благодаря тому, что я в этом году посетил все форумы и познакомился с сотнями людей, у них даже мыслей не возникло, что это какая-то афера может быть. И у меня начали брэнчать СМС-ки, оповещающие о поступлении средств.

— А кто тебе помогал в проведении этой акции? Кого бы ты хотел ещё отметить?

— Очень сильно помогал Денис из Перми из компании «Эталон». Он создатель чата «Непоседы». Это и Антон Грязнов, «Афиша», Новосибирск. Вообще многие ребята помогали, я даже названия всех

компаний не помню. Это Лариса из Рубцовка, Виталий Шешко из Омска, Константин из «Неон проекта», Красноярск, Валентина Намсараева, «Жираф», Улан-Удэ. Кстати, Лариса из Рубцовка прям надавила на меня. Говорит, действуй, меня никто не послушает, а тебя вся Россия знает. После этого я позвонил Валентине, она тоже поддержала и выложила пост в чат «ВизКом». В итоге общими усилиями пошли к тому результату, который имеем сейчас. Как только я сбрасывал информацию в новый чат, мне писали люди в личку, выясняли подробности и начинался поток денег. Те, кто знал меня лично, отправляли деньги без вопросов. Один из последних платежей пришел только что из Братска от Анатолия Колесника. Он говорит, что вышел недавно из леса, там не было связи, а как только увидел пост, сразу отреагировал на него. Один коллега из Казахстана, его зовут Алмаз, сказал, что не может перевести деньги в Россию и предложил биткоины. Я кинул ему ссылку на Venance и принял криптовалюту. После этого еще несколько человек перевели средства на Venance в USDT.

— Но всё ли так гладко проходило? Не было сомнений или каких-то негативных реакций?

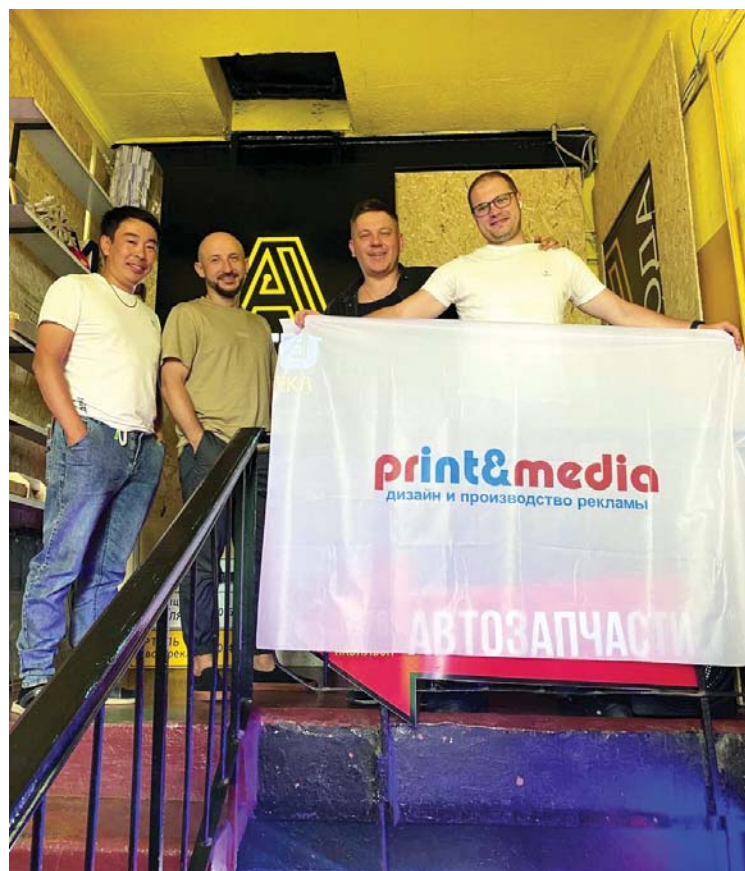
— Конечно, не все люди отреагировали положительно, кто-то усомнился, кто-то скинул деньги, но высказал своё предположение о том, что будет ли это на благо. Но когда люди видели, что ссылки появляются во всех чатах и сумма растет на счете, сомнений стало меньше. Первые пять ча-

сов я вообще сидел без движения у телефона и отвечал на различные вопросы, репостил ссылку на общий счет. В итоге получилось более 120 транзакций. Кто-то переводил средства на мои личные счета. Но я специально обнулил все карты, чтобы видеть точные суммы прихода пожертвований. Потом эти средства переводил на общий счет.

— Я думаю, что немаловажную роль в успехе этой кампании все же сыграла именно твоя персона, доверие к тебе. Ты очень много ездил по разным городам на разные производства, встречаешься с коллегами, не пропускаешь ни одного профессионального мероприятия, участвуешь во всех чатах — и даже среди тех, которые между собой конкурируют. Зачем ты это делаешь? Это ведь требует не только времени, но еще и финансовых затрат.

— Я очень коммуникабельный человек, но долгие годы я не участвовал в каких-либо коммуникациях в своей нынешней профессии. У меня раньше был другой бизнес, мы с другом открыли сеть магазинов. И вот в этом бизнесе тоже были выставки, и я ездил на профессиональные мероприятия по всей России. Но тот бизнес, к сожалению, пришлось закрыть и продать. Но те эмоции, которые я получал от выставок, от форумов мне понравились. И в том году я почувствовал какой-то внутренний запрос на получение новых знаний, на получение информации. Возможно, он не только у меня был, возможно, это был общий запрос по всей отрасли. После пандемии люди поняли, что нужно что-то менять. Нужно автоматизировать и систематизировать бизнес. Я начал заниматься поиском всевозможных программ, выставок, форумов и тогда впервые посетил SIGNForum, который на меня произвел огромное впечатление. И я решил объявить для себя год форумов и обучения. Сам себе сказал, что несмотря на любые преграды в этом году я буду посещать все профессиональные мероприятия. И весь год я старался чему-то учиться, посещать все мероприятия. Вот на этих мероприятиях я познакомился с очень многими интересными людьми.

И эти знакомства часто приносят реальную пользу. Например, когда нужно смонтировать вывеску в другом городе, ты



уже знаешь, к кому обратиться. А как стать известным и обрести круг полезных знакомств? Наверное, для этого нужно быть блогером, как Михаил Кобяков из Казани или Сергей из «Артели» из Улан-Удэ. Но я не блогер, хотя и веду соцсети тоже. Поэтому я начал посещать форумы, знакомиться и включаться в профессиональные чаты. Благодаря такому общению можно обратиться к коллегам в другом городе и попросить сделать замеры. Иногда тебе подкидывают какие-то заказы. А иногда можно что-то попросить даже не по работе.

Однажды случилась такая ситуация. У нас в городе какой-то парень появился, который стрелял по стёклам машин девушек. И моей жене досталось — выстрелили в заднее стекло из пневматического оружия, и оно раскрошилось. И я понимаю, что моё стекло на старенькую Honda-CRV очень дорогое. Но я за несколько часов нашёл его на «Авито», но в Улан-Удэ. Тогда я позвонил Сергею из «Артели», он съездил, купил практически новое стекло и отправил мне. И никакой благодарности за это не попросил. Потому что, если ты делаешь хорошее другим, они делают хорошее тебе.

А иногда мы устраиваем так называемые «форумы на троих». Началось всё с того, что в нашем городе у Димы Бажула из

Читы есть объекты. Он к нам приехал, и мы собрались втроем, пригласив ещё Константина из «Неон проекта». И теперь так происходит в других городах. Если я еду в командировку в другой город, мы встречаемся в каком-то баре, и это маленькое комьюнити даёт порой эффективности не меньше, чем большой форум, потому что мы рассказываем друг другу, как мы работаем, как мы решаем какие-то проблемы, вопросы на своём производстве. И мы даже запустили хэштег #форумнатроих, и другие ребята начали его использовать, собираясь в разных городах небольшими компаниями. Оказалось, что рекламщики-то ездят по городам. Антон Грязнов, наверное, с десятком городов тоже проехал со своими проектами. Все это возможно когда-то окупится, но в целом это обычное человеческое общение. Иногда ты не знаешь, как сделать какую-то вывеску, но ты можешь спросить и тебе всегда подскажут ребята, и денег за это брать никто не будет. В этом и есть суть.

И вот сейчас это сыграло свою роль. Люди меня просто знали, они знали, что мне можно доверять. И если я размещаю какую-то ссылку на сбор денег, то это точно не мошенничество. Поэтому многие даже и не проверяли, просто скидывали деньги, писали комментарии.

— Кстати, о времени. Ты везде едешь, со всеми общаешься, в чатах сидишь. А как тебе удаётся при этом вести бизнес?

— У меня давно есть такое желание систематизировать и автоматизировать свой бизнес, чтобы он работал хотя бы чуть-чуть без меня. Многие спикеры на форумах, на которых я был, учат, что нужно выйти из операционки. Но в нашем бизнесе это очень сложно сделать потому, что мы много производим разнотипной продукции, которая требует внимания именно собственника бизнеса. Но в этом году я поставил себе цель научиться максимально эффективно делегировать дела своим сотрудникам без увеличения штата, передать какие-то обязанности, чтобы они могли нести за это ответственность. И я могу сказать, что это действительно даёт результат. Когда ты летишь в самолёте, они не могут до тебя дозвониться. А когда ты прилетаешь, они уже решили, какую-то проблему, не дозвонившись до тебя, они самостоятельно приняли какое-то решение. Да, не всегда оно правильное. Было такое, что я злился и говорил, как так? Но в целом это эффективно работает. Нужно учиться доверять сотрудникам, делегировать какие-то дела, какие-то обязанности и



наделять дополнительным функционалом свой персонал. Теперь мне стало более понятно, как нужно дальше жить и работать, какие программные продукты нужно внедрять в нашу работу, чтобы позволить себе всегда посещать все форумы.

— Антон, тебя многие знают, но я не уверен, что все знают о твоей компании, чем ты занимаешься. Расскажи немного подробнее именно о своей компании.

— Моя компания называется Print&Media. Мы занимаемся производством наружки, полиграфии, а также производством бизнес-сувениров на рынке города Красноярск и Красноярского края. Вот как раз поездки по форумам дали мне возможность выйти на российский рынок. Рекламщики, с кем я познакомился на мероприятиях и начал дружить, стали моими заказчиками и моими партнёрами по монтажам в разных регионах. И я стал получать дополнительные заказы для своей компании. На самом деле компании Print&Media уже 15 лет. Мы работаем долгие годы, но я о себе никак не заявлял. Мне многие друзья маркетологи говорили, что компанию надо назвать «Мастерская Эмиха», а я как-то наоборот, хотел отделить себя от компании.

Но с развитием социальных сетей я понял, что нужно себя тоже показывать, и поэтому в этом году я ездил по форумам и всегда брал с собой флаг Print&Media, а затем размещал фотки в своих личных аккаунтах в соцсетях. И только потом уже мы начали делать репосты в разные группы, это тоже дало дополнительный приток энергии в компанию, дополнительные заказы, потому что клиенты перестали отделять Эмиха Антона от компании Print&Media. Я свою внутреннюю энергию направил на формирование бренда компании из Красноярск. Теперь Print&Media знают не только в городе Красноярск, но и за его пределами, даже за пределами страны.

— Ты превзошёл мой следующий вопрос: в чём секрет успеха твоей компании? Можешь что-то добавить?

— Я думаю, что секрет успеха моей компании в моей работоспособности и в работоспособности моей команды, которая, несмотря на отсутствие шефа, выполняет все заказы на отлично.

— У меня заключительный вопрос, от чего ты получаешь кайф, что для тебя означает «получать удовольствие от работы»?

— На самом деле кайф я получаю от всего того, что люблю, а я люблю всё новое и хорошо забытое старое. Вот, например, недавно я вспомнил, что в институте и в школе я играл в баскетбол и мне почему-то очень захотелось поиграть в баскетбол. И тут случайно я увидел, что мои друзья играют в баскетбол, и я попросился к ним и начал играть. В этой же тусовке оказались ребята, с которыми мы теперь работаем. Заниматься производством рекламы для меня — это то же самое, что заниматься обычными жизненными делами, как с утра почистить зубы. Ты это делаешь абсолютно непроизвольно. Эта работа не заставляет меня напрягаться. Я просто делаю то, что умею и совершенствую свои навыки. Я просто живу в своём удовольствии.

Вот сейчас я уже почти в совершенстве научился продавать, нанимать людей на работу, подбирать оборудование. Теперь мне интересно научиться управлять компанией с точки зрения менеджмента и не принимать участие именно в процессе производства продукции. Хочу научиться руководить людьми, которые осуществляют эту работу. Это, наверное, какой-то новый кайф, который я должен научиться получать.

# Наружка: как ремесло превратить в автоматизированное производство?

Опыт автоматизации РПК от «Первого цеха» в России, Беларуси, Казахстане, Украине и Таджикистане. Более 100 компаний.

Идея о том, чтобы выстроить единую сеть рекламно-производственных компаний, возникла давно, однако непосредственной реализацией мы занялись в 2017 году. Собрав весь предыдущий опыт построения и управления рекламным производством, мы выпустили наш первый продукт — франшизу рекламно-производственной компании «Первый цех».



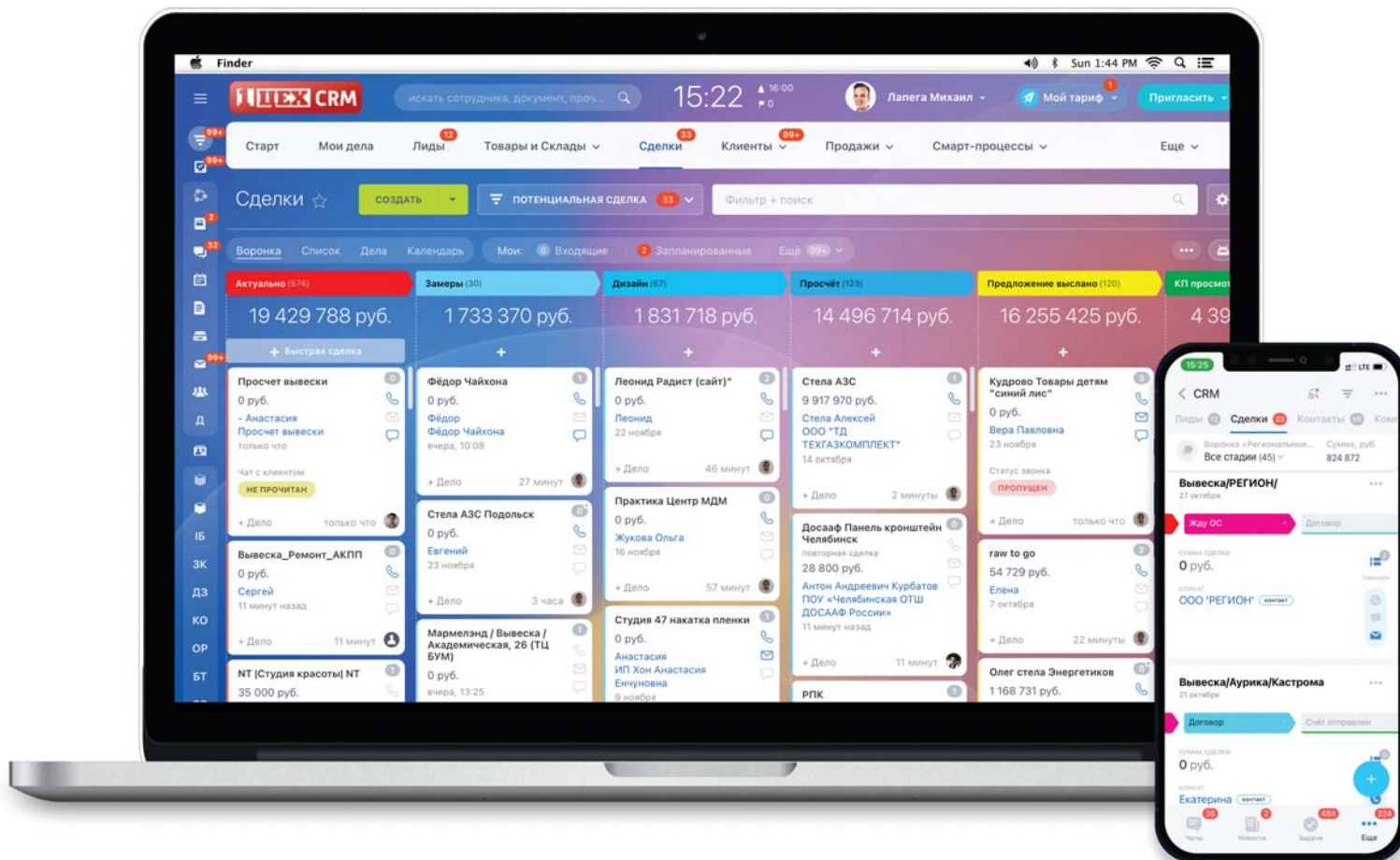
*Павел Желтиков,  
основатель и франчайзер компании  
«ПЕРВЫЙ ЦЕХ»*



*Михаил Лапега,  
основатель и франчайзер компании  
«ПЕРВЫЙ ЦЕХ»*

Суть франшизы очень проста: мы передаем новому франчайзи наш опыт продаж и производства вывесок, настраиваем под него cgm-систему, обучаем работе в системе, обозначаем точки контроля и закрепляем за ним куратора, который помогает франчайзи на всех этапах от запуска бизнеса до расширения производства.

Павел Желтиков, основатель и франчайзер компании «ПЕРВЫЙ ЦЕХ»: *«Таким образом, за несколько лет мы смогли охватить обширную географию, лучше изучить конечного потребителя, поработать с федеральными сетями, не обладая при этом большими производственными мощностями, сосредоточенными в одном городе. Напротив, мы решили выстроить модель партнерства и объединения сил для реализации крупных проектов, которые каждому в отдельности были бы не под силу. Именно на этом этапе, исходя из опыта продажи франшиз рекламно-производственной компании и постоянного общения с владельцами компаний из нашей сферы, был четко сформирован запрос на автоматизацию производства».*



К нашему удивлению, большое количество владельцев и руководителей рекламно-производственных компаний до сих пор не видят общей картины работы предприятия, и, в лучшем случае, годами стоят в точке безубыточности. Это связано с тем, что производство рекламных конструкций воспринимается как ремесло, не имеющее стандартов и автоматизации. Процессы выстроены с помощью людей и зависят от людей.



Михаил Лапега, основатель и франчайзер компании «ПЕРВЫЙ ЦЕХ», продолжает: «Мы, в свою очередь, считаем, что наружку можно и нужно приводить к стандартам и внедрять автоматизацию. Именно этим мы занимаемся последнее время и готовы делиться своими наработками: помочь коллегам по цеху наладить бизнес-процессы и улучшить показатели

работы производства, а также разобрататься в финансовых потоках организации и продажах».

Любой развивающийся бизнес эффективно выстраивает свою работу с помощью систем учета и контроля. И мы разработали такие системы для ниши наружной рекламы:

— **CRM-система 1CRM RPK** — отвечает за общение с конечным потребителем и помогает автоматизировать продажи, вмещая в себе все необходимые коммуникационные сервисы: почта, телефония, мессенджеры, документооборот, задачи и совещания.

— **ERP-система и Калькуляция** — автоматизируют учет расходов внутри предприятия, рассчитывают затраты на производство, зарплаты сотрудников и отражают реальную прибыль компании, а также существенно упрощают расчет как стандартных, так и нестандартных конструкций, учитывая при этом реальную на сегодняшний день себестоимость материалов и трудозатрат на сборку и монтажные работы. Сейчас в калькуляции собраны все самые популярные виды конструкций, материалов и работ. Тем не менее, работа над улучшением сервиса ведется непрерывно, и мы учитываем пожелания пользователей при выпуске последующих обновлений.



Александра Гончарова директор по развитию сети «ПЕРВЫЙ ЦЕХ», дополняет: «Раньше получить эти два продукта можно было двумя путями: при покупке полного пакета Франшизы «Первый цех», а сделать это сейчас не так-то просто, ведь основное правило: один город — одна франшиза; либо приобрести по отдельности. Однако по опыту, после приобретения одного продукта, собственники, спустя время, обращаются за вторым, чтобы закрыть свои потребности и в других процессах компании. И тут пришло понимание, что рынку необходим цельный продукт, отвечающий на все возникающие вопросы. Продукт, который залатает дыры в управлении РПК, начиная с продаж и производства и заканчивая ясностью в затратах и прибылях организации. Так появилась Мини-франшиза».

**Мини-франшиза** — это работа под вашим брендом/названием, но со всем нашим инструментарием — 1CRM, калькуляция, ERP и технологическими картами.

Для того, чтобы вы имели более полное представление о том, что входит в пакет Мини-франшизы, давайте рассмотрим каждый из инструментов.

#### CRM-система 1CRM RPK

С нашей CRM-системой ни один клиент не будет потерян. Настроенные роботы и боты справятся с продажей даже без менеджера. Руководитель всегда сможет проанализировать эффективность рекламы и работы сотрудников.

В CRM-систему будут стекаться все данные по работе с вашей целевой аудиторией.

И не только с теми, кто уже сделал заказ, но и с теми, кто так и не решился заказать вывеску в вашей компании. С помощью роботов вы сможете прогревать остывших покупателей, делать полезные рассылки и даже подталкивать к скорой покупке. А подключенные мессенджеры помогут всегда оставаться на связи с клиентом.

Документооборот с заказчиками, контроль выполнения задач монтажниками, замерщиками или менеджерами, выставление и контроль оплаты счетов — всё это вы найдете в нашей CRM-системе. Офису больше не придется переключаться из одной программы в другую, чтобы поставить задачу, выгрузить смету или сформировать договор. Даже взаимодействие производства и офиса можно настроить через CRM-систему.

Все это дает существенное повышение КПД сотрудников и облегчает руководителю или собственнику контроль за выполнением плановых показателей.

#### ERP-система и Калькуляция

Система мгновенно рассчитает конструкцию любой сложности, подготовит техническое задание на производство, посчитает зарплату сотрудникам и прибыль компании.

К примеру, в калькуляторе есть возможность настроить даже такую мелочь, как коэффициент отходов материала. А ведь в итоге именно из таких мелочей и складываются издержки, о которых собственник узнает постфактум и, как

следствие, теряет на этом свою чистую прибыль.

После внедрения и обучения ваших сотрудников работе в калькуляции и ERP-системе работа станет еще прозрачнее как для собственников, так и для менеджеров, сборщиков и даже для временно приходящих сотрудников со сдельной оплатой труда.

#### Технологические карты

Технологическая карта является стандартом для всех сотрудников и исключает недопонимание между сборщиками, менеджерами, монтажниками, а также гарантирует неизменное качество от конструкции к конструкции для ваших заказчиков. Больше не будет нужды в длительном контроле качества и переделках, влекущих несогласованные затраты. Работа по технологическим картам инструктирует и упорядочивает работу цеха и позволяет менеджерам более точно обсудить продукт с заказчиком на моменте продажи.



Основная задача этих продуктов — позволить сотрудникам получить максимальные выгоды для себя и организации. И уже через полгода-год можно будет проанализировать работу РПК и наметить новые горизонты планирования роста вашей компании.

Теперь вы знаете, что CRM-система и ERP-система — это вовсе не страшные непонятные слова, а очень важные специализированные программы, которые мы, в рамках Мини-франшизы, настраиваем под ваши потребности и обучаем работе с ними.

<https://franchise.1zeh.ru/>



**Промокод «НАРУЖКА 22»  
и ваша скидка 22%**



# Профессиональные Гильдии XXI века — фундамент и основа профессии, качество ремесла и связь поколений

Вопрос профессиональных Гильдий очень остро назрел на данный момент в нашей стране, учитывая также и стремительный поток всех происходящих в современном обществе перемен. Профессиональные Гильдии прекратили своё существование в России, в полном смысле их предназначения социальной значимости, начиная ещё с 1917 года. При этом в современной Европе они сохранились с давних времен.



Спешилова Алла,  
основатель Учебно-производственного  
Центра и Комбината «ПЕГАС»

Для того чтобы, восстановить эти профессиональные сообщества в нашей стране, нам предстоит вернуться в историю примерно на 150 лет назад. Профессиональные Гильдии XXI Века в наше динамичное время перемен и значимых трансформаций, опираясь на опыт предков, крайне необходимы, но это вероятнее всего будут уже совсем другие сообщества. Современные и осознанные, с твердым Кодексом Гильдий, системой ценностей и правил, в основе существования которых лежит качество, профессии и верность ремеслу. В нашей стране на данный момент к важным и значимым отраслям относятся в том числе и производственные, которым государство уделяет большое внимание, а значит, в них должны быть квалифицированные и надежные профессионалы-наставники, чтобы качественно передавать свой опыт профессии, приёмы и навыки. Именно этими вопросами необходимо заниматься профессиональным Гильдиям, в которые могут входить не только собственники бизнеса и руководители, а в первую очередь в нее должны входить опытные и квалифицированные настав-

ники и специалисты профессий и ремесла, объединённые одной высокоценностной задачей — межпоколенческой передачи знаний, защиты интересов самой профессии как общественно-культурного достижения. В том числе овладение и тестирование новых технологий и их дальнейшее внедрение в профессию. Профессиональные гильдии — это качество профессии, осознанность специалистом ее предназначения и профессиональное владение процессами, которые объединяются в ремесло. Именно этой проблематикой и задачей занимается руководитель и предприниматель с большим стажем и опытом работы, а также основатель Учебно-производственного Центра и Комбината «ПЕГАС» — Спешилова Алла Николаевна.

— Алла, какие у Вас новости по учебному центру «ПЕГАС» с нашей последней встречи?

— Новостей очень много, и, наверное, нужно нам с Вами подготовиться к ряду статей, т.к. чтобы рассказать все в одной статье, нам потребуется заполнить все



Фото: Freepik.com

страницы журнала. Каждая новость — это целый значимый процесс. Но любой процесс крутится вокруг основного — качества профессии и объединения специалистов в профессиональные сообщества, чтобы создать и обеспечить надежным, профессиональным кадровым ресурсом рынок труда. Именно этим занимаюсь я и мои коллеги, в том числе и специалисты из системы образования. Совместно с ними мы создаем важные, современные программы, которые необходимы любому начинающему специалисту. Мы думаем о значимости нашей индустрии в государстве, о классификаторе профессий и стандартов. Безусловно это не простой и не быстрый вопрос, но данным решением мы уже занимаемся очень давно и на данный момент создали мощный процесс коллаборации с целью обмена знаниями и опытом между качественными теоретиками из системы образования и профессиональными практиками-наставниками из производственной индустрии. Это очень трудно, много спорных возникающих вопросов, и одновременно я нахожу, что это

очень интересно и важно для всех, а в первую очередь для работодателей и будущих поколений в нашей стране. Я искренне рада, что мы с коллегами и наша компания стоит у истоков этих процессов, мы вместе с ними двигаемся в этом направлении. Я также благодарю всех педагогов и неравнодушных представителей государственных структур, относящихся к системе образования, за возможность продуктивного сотрудничества, за искреннюю открытость и их желание, устремлённое единству позиций и подходов.

— Как встретили Вашу инициативу со стороны представителей государственного аппарата?

— Я буду сейчас говорить в первую очередь про то, как встретили нас как представителей значимой отрасли. Хочу сказать, что те люди, с которыми мне удалось конструктивно пообщаться на предмет создания профессиональных гильдий, а также создания и последующего внедрения процессов межпоколенческой переда-

чи навыков молодым специалистам посредством создающихся методик в нашем Учебном Центре «ПЕГАС», были одновременно приятно удивлены, что мы есть и нам этот процесс небезразличен, и в то же время их реакция всегда вызывала искренний восторг и уважение с сопровождающими эмоциями «Слава Богу, вы пришли!» Как мне кажется, мы поднимаем важный пласт в нашей стране. И сейчас я бы чуть изменила эту фразу: «Слава Богу, мы осознанно дошли до построения этих важных процессов». На данный момент в нашей стране очень много специалистов, в том числе и молодых, которых выпускают колледжи и различные ВУЗы, но квалифицированных кадров катастрофически не хватает, и этот дефицит испытывают все отрасли и работодатели. При этом государство выделяет внушительный ежегодный государственный бюджет на обучение молодых специалистов. Возникает вопрос, так что же делать? Ответ одновременно простой и сложный. На мой взгляд, только в единстве, в данном случае в профессиональном единстве поко-

лений, возможно достигнуть очень высоких результатов. Я хочу отметить, что речь идёт в первую очередь не о деньгах, а о деле. За потоком информации и устремлений, которые возникают у большинства бизнесменов и предпринимателей в основном к деньгам, стремясь к предельной эффективности, велика вероятность потери качества.

Вспомните педагогов нашего времени, они были в профессии, любили и служили своему делу и качественно стремились передать накопленный опыт нам, как молодым специалистам. Благодаря замечательным педагогам можно воспылать любовью к профессии и предмету, а также к ремеслу. Вот это и является архиважным на мой взгляд. Но необходимо также учить и постоянно учиться самим, укрепляться в навыках уверенного наставника, чтобы обеспечить непрерывный процесс передачи профессии и ремесла. У меня есть еще одна интересная новость, что в нашем Учебном Центре «ПЕГАС» в следующем году выйдет мой уникальный курс «Осознанный предприниматель Нового Века». Считаю, что любой человек может стать предпринимателем, наставником, если обладает важным и значимым уровнем осознанности, то есть все время проверяет свои действия на «Зачем?!», чтобы не только обучать профессии, но и вдохновлять и влюблять в неё своих учеников, последователей, а значит делать профессию бесценной и востребованной.

— *А Вы думаете, что можно научить любить профессию?*

— Хороший вопрос, спасибо. Научить любить вообще сложно, но возможно. Важно, кто Ваш Наставник, в каком он процессе и что может Вам дать?! Любит ли он сам свою профессию?! А ещё важно всё делать искренне. Если есть страхи, нелепые установки, переходящие в циничные рассуждения и прочие, и если этот негатив будет сопровождать весь процесс обучения, то такие деструктивные процессы безусловно на корню уничтожат всю любовь и значимость самой профессии. Любовь и вера — это абсолютные противоположности страху и цинизму.

Лично у меня существует пример очень замечательных педагогов, от которых я сама училась многому и продолжаю учиться

по сей день. Я осознаю значимость процессов в своей работе и профессии, также всей душой люблю их. И искренне благодарна своим педагогам за все научения и открытия. Бесценным также является их терпение, точнее не само терпение, а их состояние терпения, в котором они осознанно находятся. И по-другому у настоящего наставника быть не может. Важно не делать вид, что ты терпишь, а осознавать своё предназначение и сделанный тобой выбор быть качественным наставником, а значит, научиться учить. И именно такой человек может научить, вдохновить и безусловно влюбить в профессию. Человеку, находящемуся в осознанности процессов, терпение дается в достатке как вспомогательный ресурс. Я говорю и понимаю, что это крайне сложно, значит, в первую очередь важно учить самого педагога и наставника прежде, чем доверять ему учеников. Именно этим мы также нацелены заниматься в нашем Учебном Центре «ПЕГАС». Искренне рада оказаться у истоков таких важных и значимых процессов, не только для специалистов, а также будущих поколений нашей страны.

— *А каким Вы видите взаимодействия с профессиональным сообществом в рамках образовательного проекта?*

— Я знаю, что ассоциация «ВизКом» объединяет представителей, собственников и руководителей различных и очень серьезных компаний. Многие из них давно работают на рынке, уже очень давно, и прошли серьезные испытания. Нам важно объединяться в данных процессах, чтобы совместно думать о развитии отрасли, о её перспективах. Всем нам нужны профессиональные кадры, а значит, пришло время конструктивных решений и действий для достижения таких важных результатов для всей нашей страны и поколений. Я думаю, что объединив усилия в нашей значимой отрасли, мы в вопросах построения профессиональных сообществ и Гильдий сможем стать образцом, в том числе и для других отраслей. И искренне надеюсь найдем в данном вопросе поддержку у нашего государства, в том числе и в виде дополнительных преференций.

— *Алла, какие еще у Вас планы на будущий год?*

— Мои планы очень обширны и стратегически, они не на один год, минимум на 10 лет. Следующий год нацелен на укрепление нашей стратегии, безусловно, на дальнейшее стратегирование, а также на создание Кодекса профессиональных Гильдий. Мы нацелены на создание и внедрение новых качественных программ для молодых специалистов посредством нашего учебного центра «ПЕГАС» и наставников Гильдий, внедрение этих программ также в регионы, качественный и важный обмен опытом, плотное взаимодействие с нашими коллегами и специалистами, в том числе архитекторами, Минстроем России, а также и с другими представителями государственных структур. И безусловно мы рассчитываем на взаимовыгодное партнерство и сотрудничество с нашим государственным аппаратом в разных сферах общих задач.

— *И последний вопрос, какие будут Ваши пожелания коллегам и всем в новом году?*

— Я бы искренне пожелала всем осознанности. Именно в ней человек способен увидеть и прочувствовать свое истинное предназначение. Я бы также пожелала в это важное время научиться нам воспринимать события не как катастрофу, а как необходимость данного времени, как важный этап для перехода в будущее. Предприниматель, руководитель и каждый специалист в первую очередь должны осознанно и профессионально владеть процессами. И безусловно, осознавая все процессы внутри себя, мы имеем возможность к выздоровлению, потому что здоровье также дается каждому из нас в необходимой мере, которую мы осознаем через гармонию желаний и дел.

Я искренне и от всей души поздравляю всех с наступающим новым годом и приглашаю в наш Учебный Центр «ПЕГАС» в любом виде сотрудничества. Это может быть: обмен опытом и навыками — Наставники, реализация навыков — Партнеры, процесс получения навыков — Ученики. Мы искренне рады сотрудничеству и надёжному партнерству. Устремимся в качество профессии все вместе!

Профессиональным «Гильдиям XXI Века» в России быть!

# Accutek — бортогибы, которые меняют правила игры

Ни для кого не новость, что в 2022 году рекламный бизнес переживает не лучшее время. Заказчиков стало меньше, а конкуренция усилилась, особенно в области производства наружной и интерьерной рекламы. Теперь как никогда собственники рекламных производств очень тщательно подходят к выбору оборудования — ошибки могут дорого обойтись.



Бортогибы уже стали частью парка оборудования, без которого невозможно представить современное рекламное производство. Однако из-за затяжной пандемии на рекламный рынок России давно не приходили настоящие инновации. Потребность в новом классе бортогибов созрела давно. Последние два года мы получали обратную связь от производителей рекламы, которые высказывали пожелания относительно более высокой скорости и ав-

томатизации работы оборудования для изготовления объемных букв. И после некоторых небольших исследований мы запустили в продажу новый класс станков принципиально иного качества — бортогибы, которые меняют правила игры. Это бортогибы линейки Accutek.

Общий принцип работы бортогибов всем известен — резать и гнуть металлическую полосу. Кажется, все просто. Одна-

ко высокопроизводительные станки премиум-класса компании Accutek имеют свои отличия. Accutek — это мировой лидер в производстве бортогибочных станков. Завод Accutek функционирует с 2011 года. За последние 10 лет было реализовано более 50 000 станков (в более чем 120 странах мира), 17 000 из которых установлены в рекламно-производственных компаниях Китая.

Для примера: одна из самых крупных РПК Китая — компания Huachuang — выпускает около 300 вывесок в день, имеет годовой оборот более 360 миллионов юаней (примерно 50 миллионов долларов) и при этом имеет в арсенале всего 3 станка Accutek, в том числе промышленную версию AT1500, которые справляются с колоссальным объемом производства. Завод Accutek имеет 17 000 кв.м площадей, производственная мощность которых составляет 5 000 станков в год, а также он имеет 23 операционных сервисных центра по всему Китаю и более 30 по всему миру.

## Accutek AT2

Из всей богатой линейки профессиональных бортогибов Accutek выбор RDP Trade пал на модель AT2. Accutek AT2 является самой подходящей моделью для



российского рынка по соотношению функционал—качество—цена. И на то есть множество причин.

Футуристичный дизайн Accutek не оставит равнодушным ни клиентов, ни вас самих. Станок приятно впишется в любое помещение.

В комплектацию входит удобная подкатная тумба с трехуровневой тарелкой для материала, на которую устанавливается алюминий, что экономит минимум пару метров производственной площади.

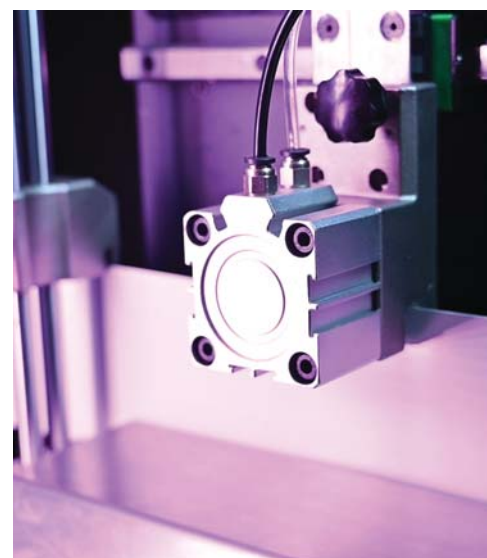
Мощный корпус выполнен из цельного металла, который исключает появления вибраций при работе оборудования, что положительно сказывается на качестве конечных изделий.

Станина выполнена из четырех частей: — стальная пластина для подачи материала, — стальная пластина для резки материала, — отдельная стальная пластина для гибки, — основная пластина, толщиной 15 мм, на которую крепятся три остальные части.

Этот тип конструкции минимизирует количество вибраций, возникающих в процессе работы, а также позволяет длительное время гнуть широкие и толстые профили, не вызывая повреждений фурнитуры и износа деталей. Мы посетили одно из рекламных производств в Китае, где оборудование эксплуатируется более шести лет. И даже через годы они довольны стабильностью работы станка Accutek.

Протяжка алюминиевой ленты состоит из двух электромоторов, выполненных из

цельной нержавеющей стали, которые рассчитаны для работы в режиме 24/7 на высоких скоростях. Станок не нуждается в технических перерывах. В Accutek протяжка контролируется японским энкодером от той же компании Fuji с замкнутым контуром управления, который обеспечивает высокую точность до 0,01 мм.





Система гибки позволяет изготавливать малый радиус загиба в 3 мм. Для работы со сложными шрифтами есть регулировка скорости гибки. Самая интересная функция бортогибов Accutек — это функция автозагиба по пропилу. То есть, помимо радиусных элементов, которые делает любой другой бортогиб, Accutек еще и собирает букву (делает загиб по пропилу в нужную сторону). Другими словами, Вы получаете готовую букву, не требующую доработки вручную.

### Мозг и сердце Accutек

Сервопривод является самым главным элементом бортогиба. От его характеристик зависит качество работы станка и, следовательно, качество конечного продукта. Accutек оснащен четырьмя сервоприводами Fuji (Япония), которые в 1,5 раза быстрее, надежнее и долговечнее, чем сервоприводы в бортогибах некоторых других производителей. Fuji — это исключительная динамика и точность выполнения действий. Высокое разрешение обратной связи позволяет исключить любые погрешности при протяжке, резке и гибке.

Программное обеспечение для бортогиба является собственной разработкой компании Accutек, которое идеально взаимодействует с железом станка.

### Accutек AT mini

Также у нас в арсенале есть модель AT mini — компактная версия AT2 с возможностью работы с алюминием и нержавеющей

сталью толщиной до 1,2 мм и с функцией отреза материала по завершению работы (гильотина).

### Почему стоит выбрать бортогиб Accutек премиум-класса?

Многие читатели не понаслышке знают, что довольный клиент становится постоянным и приносит новые заказы и проекты, которые, в свою очередь, пополняют портфолио компании и открывают перспективы для новых сделок. В то же время один провал может перечеркнуть все усилия, приложенные для привлечения и удержания клиента. Станки Accutек обеспечивают высокое и стабильное качество изделий, позволяют свести к минимуму риски производственного брака. Забудьте про изделия низкого качества с бортогибами нового поколения. Теперь у вас будет

больше времени на развитие бизнеса и обслуживание клиентов. Бортогиб Accutек вдохнет свежий глоток воздуха в ваше производство!

**RDP**  
**TRADE**



У читателей журнала есть отличная возможность приобрести **станок со скидкой 3% по промокоду НАРУЖКА2022**. Вы можете использовать промокод, оставив заявку на сайте <https://www.rdptrade.ru/> или позвонив менеджеру для консультации по телефону: +7 (495) 260-18-61

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

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

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

**НОВАТЕХ**

+7 (968) 632-93-95

+7(495) 374-64-68

magnitvinil.com

novafilm.su

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

**РДП ТРЭЙД**

+7 (495) 260-18-61

<https://www.rdptrade.ru/>

Профиль алюминиевый, жидкий акрил.

**РуссКом**

+7 (495) 785-5805

russcom.ru

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

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

8 (800) 555 86 82

www.maksiled.ru | www.maksbright.ru

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

**PIYU**

+7 (495) 118-27-77

piton-power.ru

Продажа блоков питания и светодиодных модулей для рекламных конструкций.

**СТМ**

+7 (495) 363-9339

www.elf-light.ru/

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

**ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ****LIYU Russia**

+7 (495) 196 7711

www.liyuprinter.ru

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

**PIYU**

+7 (495) 118-27-77

ботогиб.рф

Оборудование для производства объемных букв.

**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

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

**РДП ТРЭЙД**

+7 (495) 260-18-61

<https://www.rdptrade.ru/>

Оборудование для производства объемных букв из жидкого акрила, бортогибы.

**РуссКом**

+7 (495) 785-5805

www.russcom.ru

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

**СТМ**

+7 (495) 363-9339

hanslaser.stm-ru.ru

Лазерные станки Han's Laser

**Техно-Графика**

+7 (495) 225-50-43

www.технографика.рф

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



С наступающим  
**Новым годом!**  
Пусть он принесёт  
**только приятные**  
подарки!