

НАРУЖКА



издание для производителей рекламы

#111 март 2018

| технологии | тренды | практики | люди | компании

NEON LINE



Неон возвращается!

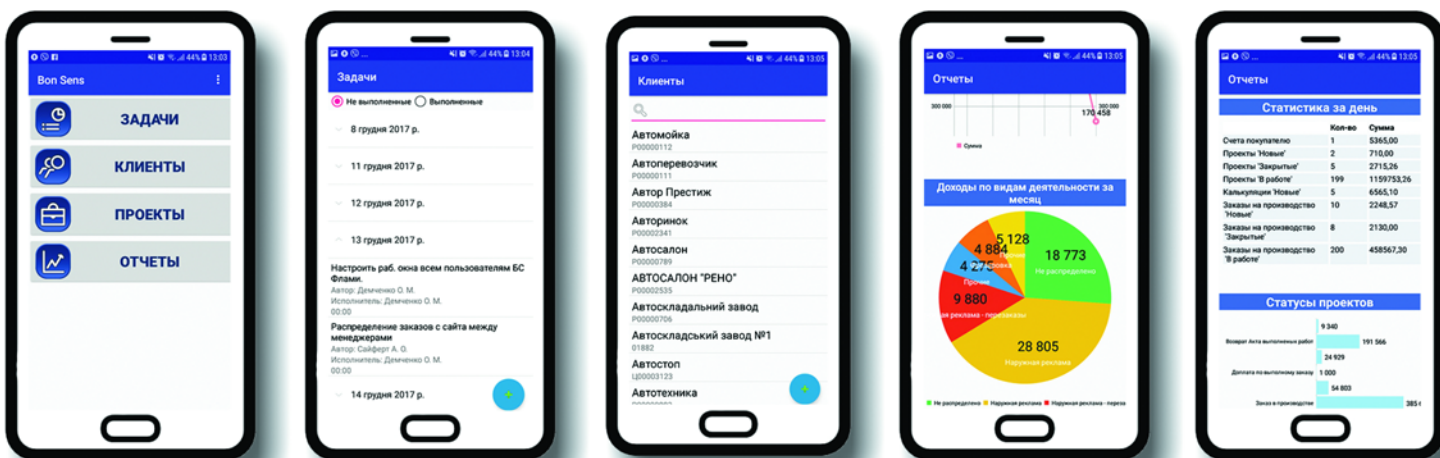
Компания WRS представила инновационный продукт — ELF NEONLINE — яркое светодиодное решение, воспроизводящее эффект неоновое свечения. Подробности на с. 28

BON SENS - мобильное приложение



Теперь вы можете эффективно управлять продажами, регистрировать проекты, работать с задачами, звонить клиентам, контролировать финансовые потоки, планировать в краткосрочной перспективе поступления денежных средств, а так же получать полную аналитическую информацию о деятельности предприятия.

Нет разницы, где вы находитесь: в пути, в отпуске или в командировке... Вы будете в курсе всего, что касается Вашего бизнеса, а главное, оперативно реагировать и управлять процессами.



BON/SENS
Управление бизнес процессами

ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз» -
эксклюзивный дистрибьютор «BON SENS»
на территории России
тел: +7(495) 234-74-94
e-mail: maksutov@RiDcom.ru
контактное лицо: Михаил Максотов

ПРАВО НА ВЫБОР

Через несколько недель откроет свои двери выставка FESPA Global Expo, которая на этот раз пройдет в Берлине с 15 по 18 мая. Из года в год это print-шоу пользуется все большей популярностью не только среди печатников, но и у производителей визуальной рекламы. Одна из главных причин такого успеха — способность собрать под крышей одного выставочного комплекса решения для всех ключевых сегментов индустрии, начиная с классической трафаретной печати и заканчивая 3D-печатью. Столь богатый выбор разнообразных технологий позволяет не только сравнить, к примеру, новые модели оборудования для экосольвентной печати в один и тот же день, но и ознакомиться с разработками в смежных сегментах рынка. Ошибиться в выборе партнеров в сегменте b2b — непозволительная роскошь, и профессионалы понимают: благодаря выставке они смогут принять решение о покупке более осознанно и более удачно. К слову, выбирая оптимальный вариант из всех предложенных, заказчики испытывают особое чувство комфорта. И уме-



*Валентин Сучков, редактор
журнала «Наружка»
Издание для производителей рекламы»*

ние менеджеров РПК вызывать это чувство зачастую предопределяет заинтересованность клиентов в долгосрочном сотрудничестве именно с такими компаниями.

РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

- WRS** — светодиодные ленты ELF NeonLine — 1-я обл., 11, 28
- «ДЕСТЕК»** — акриловое стекло PLEXIGLAS — 5
- 3A Composites** — материалы для брендинга в местах продаж — 13
- «ОктоПринт Сервис»** — высокоточные режущие плоттеры Zund — 13
- «Экспо Графика»** — мобильные выставочные стенды — 14, 15
- Prizmix** — оборудование и расходные материалы для печати — 19
- «РуссКом»** — экосольвентные чернила Marabu — 23
- RUNLINE** — контроллеры для светодиодных вывесок — 30
- VK LED Company** — светодиодная продукция VK LED — 31

По вопросам сотрудничества обращайтесь по телефону +7 (495) 234-7494 или по электронной почте bobkova@ridcom.ru

Издатель ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»

Главный редактор Олег Вахитов

Редактор Валентин Сучков

Отдел рекламы Екатерина Бобкова

Распространение Михаил Максотов

E-mail: info@RiDcom.ru

Верстка Елена Пряхина

Адрес редакции

123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г

Телефон/факс +7 (495) 234-7494,

Тираж 3.000 экз.

Печать ООО «Юнион Принт», 603022,
Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский
Съезд, д.2 Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22

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

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

Бесплатный журнал в офисах партнеров:

«LRT — Лаборатория Рекламных Технологий»

Москва, Лихоборская набережная, д.6;

We R.SIGNS

Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4;

«Техно-Графика»

Москва, Павелецкая набережная,

д. 8, стр. 6, оф. 106

«Фирма ЛИР»

Москва, Варшавское ш., д. 33

«СМАРТ-Т»

Москва, ул.Шарикоподшипниковская, д.13, стр.46

Экспо Графика

г. Москва, ул. Академика Королева, д.13, 5

подъезд, 9 этаж, офис 952

Еще больше информации:

www.ridcom.ru

Электронный архив журнала

Подписка на журнал

Цены на рекламу в журнале

www.signbusiness.ru

Отраслевой портал о технологиях
визуальной рекламы

Instagram  @signbusiness



мы на facebook



бесплатная
подписка



отраслевой
портал



25

КЛЮЧЕВЫЕ ДОСТОИНСТВА LED-МОДУЛЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РПК

В феврале редакция журнала «НА-РУЖКА» провела опрос среди отечественных рекламно-производственных компаний, посвященный светодиодным модулям для объемных букв и световых вывесок. Респондентам предлагалось не только оценить важность таких ключевых параметров источников света, как цена, качество, надежность в эксплуатации и сила светового потока, но и назвать имена компаний-поставщиков и торговые марки светодиодов, с которыми они предпочитают работать. Результаты оказались достаточно неожиданными. Подробности — на страницах мартовского выпуска журнала.



8



12

- 6 **Новости**
- События**
- 16 Календарь мероприятий на апрель 2018 года
- 17 Выставка FESPA: перспективы
- 20 «РуссКом Open House»

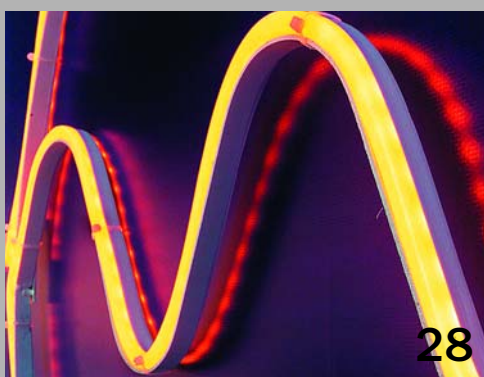


17

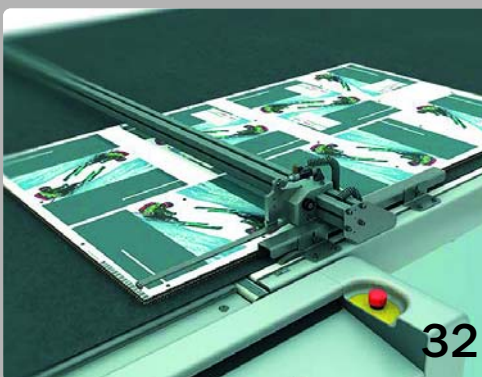


21

- Персоны и компании**
- 21 Маркус Прибик, Marabu GmbH & Co. KG



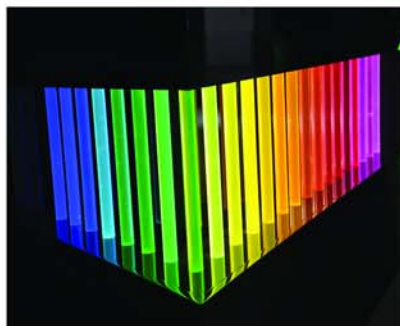
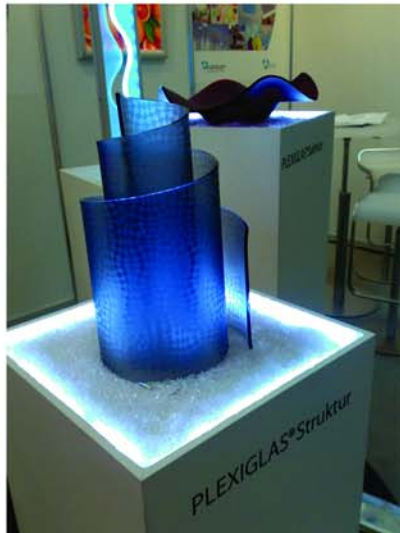
28



32

- Практика**
- 25 LED-модули на российском рынке
- Продукты и решения**
- 28 Светодиодные ленты ELF NeonLine
- 30 Контроллеры для LED-вывесок RUNLINE
- Теория**
- 32 Как выбрать планшетный режущий плоттер
- Где купить**
- 34 Список компаний

Производство и продажа прозрачного, белого и цветного акрилового (органического) стекла для наружной рекламы, интерьера, строительства и светотехники.



ДЕСТЕК : PLEXIGLAS® в России

ДИЛЕРЫ И ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ ООО «ДЕСТЕК» ПО РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОГО СТЕКЛА:

ХИМСЫРЬЕ (Москва)

Тел. (495) 925-88-49 (многокан.), факс (495) 995-22-93
e-mail: post@hims.ru, www.hims.ru

ООО «ГК Ремэкс»

Офис-склад м. Электрозаводская
г. Москва, ул. Электрозаводская, д. 21, стр. 27
+7 (495) 995-40-49 многоканальный
mailto:mailbox@remex.ru

Офис-склад м. Варшавская

г. Москва, 1-й Варшавский пр-д, д. 1А, стр. 30
7 (495) 225-23-88
varshavka@remex.ru

Офис-склад м. Дмитровская

г. Москва, ул. Дроболобова, д. 1
+7 (495) 363-35-36
многоканальный
ik@remex.ru

Офис-склад м. Кунцевская

г. Москва, ул. Верейская, д. 5, стр. 6
+7 (495) 984-64-66
многоканальный
klucsevo@remex.ru

Офис-склад г. Реутов

МО г. Реутов, ул. Фабричная, д.3
+7 (495) 926-30-63
mkad@remex.ru

ЗАО «ФорДА»

Санкт-Петербург (812) 380-85-55
Москва (495) 739-74-53
Москва (495) 271-75-63
Ангарск (3955) 508-169
Братск (3953) 27-30-40
Волгоград (8442) 78-12-73
Екатеринбург (343) 2-530-230
Иркутск (3952) 20-75-58
Красноярск (391) 205-14-14
Новосибирск (383) 363-75-05
Омск (3812) 61-31-15
Ростов-на-Дону (863) 200-92-63
Улан-Уде (3012) 416-522
Уфа (347) 246-63-73
Чита (3022) 41-51-86

e-mail: info@forda.ru
www.forda.ru

Туплекс - Москва

Тел.: +7 (495) 363-90-30
www.tuplex.ru;
info@tuplex.ru

Туплекс - Новосибирск

Тел.: +7 (383) 292-07-03;
+7 (383) 344-74-81;
+7 (383) 344-69-06
novosib@tuplex.ru

Туплекс - Урал

Тел.: +7 (343) 245-02-45;
+7 (343) 378-96-90
ural@tuplex.ru

Туплекс - Северо-Запад

Тел.: +7 (812) 412-02-63; +7 (812) 412-65-28;
+7 (812) 412-58-73
spb@tuplex.ru

Туплекс - Юг

Тел.: +7 (863) 203-77-00;
+7 (863) 203-77-23
rostov@tuplex.ru

Туплекс - Нижний

Тел.: +7 (831) 258-12-49;
+7 (831) 243-05-01
nn@tuplex.ru

Туплекс - Казань

Тел.: +7 (843) 278-45-28; +7 (843) 278-45-29;
+7 (843) 278-45-36
kazan@tuplex.ru

Туплекс - Уфа

Тел.: +7 (347) 216-46-03;
+7 (347) 216-46-02
ufa@tuplex.ru

Гельветика-трейдинг

Тел. (495) 925-81-75, (495) 925-80-30
info@helvetica.ru
www.helvetica.ru

Компания «Зенон Рекламные Поставки»

Центральный офис
Тел/факс (495) 788-11-33 (многокан.), 925-05-06
www.zenonline.ru, sales@zenonline.ru
www.sheets.ru, sales@sheets.ru
Москва
ул. Вольная, 28 (495) 788-11-33
ул. Енисейская, 1 (495) 788-93-33
ул. Складочная, 1, стр. 31 (495) 788-07-80
Архангельск (8182) 46-51-51 arh@zenonline.ru
Барнаул (3852) 53-66-77, bm@zenonline.ru
Белгород +7 (4722) 733-000 bel@zenonline.ru
Владивосток (423) 243-77-44, viad@zenonline.ru
Владимир +7 (4922) 47 46 46 vmir@zenonline.ru
Волгоград (8442) 95-71-71, vgrad@zenonline.ru
Воронеж (4732) 460-222, vm@zenonline.ru
Екатеринбург (343) 344-344-7, eburg@zenonline.ru
Ижевск (3412) 570505 izh@zenonline.ru
Иркутск (3952) 48-61-61, irk@zenonline.ru
Казань (843) 2-120-120, kazan@zenonline.ru
Калининград +7 (4012) 67-22-67 kgrad@zenonline.ru
Краснодар (861) 262-43-43, kdar@zenonline.ru
Красноярск (391) 223-57-57, krs@zenonline.ru
Липецк (4742) 232-232, lip@zenonline.ru
Нижний Новгород (831) 4-292-000, nnov@zenonline.ru
Новосибирск (383) 289-90-92, nsk@zenonline.ru
Омск (3812) 906 000, omsk@zenonline.ru
Оренбург (3532) 451-451, oren@zenonline.ru
Пермь (342) 215-53-53 perm@zenonline.ru
Пятигорск (8793) 975-975, kwm@zenonline.ru
Ростов-на-Дону (846) 374-60-00, rost@zenonline.ru
Самара (846) 269-39-60 6162, sama@zenonline.ru
Санкт-Петербург (812) 622-02-02, spb@zenonline.ru
Саратов (8452) 477-111, sar@zenonline.ru
Симферополь +7 (3652) 511-011 simf@zenonline.ru
Тамбов (4752) 493-493, tmb@zenonline.ru
Тюмень (3452) 32-13-13, tmn@zenonline.ru
Уфа (347) 248-14-81, ufa@zenonline.ru
Хабаровск (4212) 76-80-90, khab@zenonline.ru
Челябинск (351) 774-56-59 che@zenonline.ru
Якутск (4112) 319-000 ykt@zenonline.ru
Ярославль (4652) 26-08-08, yar@zenonline.ru



Компания ДЕСТЕК проводит уникальную акцию с предложением разного рода материалов PLEXIGLAS® из топового сегмента: сатины, декоры, текстуры, трубы, стержни, зеркало, листы для объёмных букв и многое другое по ценам почти ВДВОЕ дешевле, чем обычно. Требуйте у дилеров!



Секреты маркетинга на выставке «Дизайн и Реклама NEXT»

В рамках апрельского мероприятия в Москве пройдут форум «Маркетинг в ритейле 2018», «Ритейл Практикум» и «День EVENT-технологий».

Организаторы выставки «Дизайн и Реклама NEXT», которая пройдет с 10 по 13 апреля в московском ЦДХ на Крымском Валу, анонсировали ряд мероприятий, приуроченных к специализированному рекламному шоу этого года.

11 апреля в рамках деловой программы выставки состоится «День EVENT-технологий». Его главной темой станет эмоциональный маркетинг при организации деловых мероприятий. Среди вопросов, которые будут обсуждаться в этот день: «Какие удачные приемы организаторов шоу и фестивалей можно использовать при продвижении деловых событий?», «Можно ли монетизировать эмоции и как это сделать?» и др.

12 апреля в ЦДХ пройдет очередной форум «Маркетинг в ритейле», в ходе которого эксперты выступят с докладами на такие темы, как «Измерение эффективности instore-кампаний», «POS-Trilogy: как оптимизировать ритейл-пространства инструментами

store-брендинга», «Преобразование розничной торговли: глобальные тренды и перспективы» и др. В этот же день состоится «Ритейл Практикум», в котором примут участие Мартин Кингдон, генеральный директор ассоциации POPAI UK & Irelands, Виктория Попылькова, генеральный директор компании Vitrina A. В частности, Мартин Кингдон выступит с докладом «Digital Signage для брендов и владельцев розничных сетей. Контент: Стратегия и креатив». О цифровых технологиях продвижения брендов в местах продаж также расскажет Виктория Попылькова. Отдельное внимание в ходе «Ритейл Практикума» будет уделено управлению поведением потребителей на шопинге и проблемам маркетинговых коммуникаций в местах продаж. Подробнее с деловой программой выставки «Дизайн и Реклама NEXT» можно ознакомиться на сайте www.design-reklama.ru.

Херох станет частью холдинга FUJIFILM

В результате объединения корпорации Херох с совместным предприятием Fuji Херох обе стороны соглашения намерены сформировать компанию, которая призвана стать мировым лидером в инновационных технологиях печати.

Корпорации FUJIFILM Holdings и Херох объявили о достигнутом соглашении объединить свое совместное предприятие Fuji Херох с Херох. В результате будет создана компания с годовым доходом в размере 18 млрд долларов США.

Сделку одобрили советы директоров и Fujifilm, и Херох. Объединенная компания получит название Fuji Херох. Ее штаб-квартиры расположатся в Норволке (штат Коннектикут, США) и в Минато (Япония). Бренды Херох и Fuji Херох будут использоваться, как и прежде, в тех регионах, где вели свою деятельность оба предприятия до объединения.

«Fujifilm и Херох укрепляли свое сотрудничество посредством нашего совместного предприятия Fuji Херох, и заключенное соглашение — это стратегическая эволюция нашего альянса, — отметил Шигетака Комори, председатель совета директоров и главный исполнительный директор

Fujifilm. — Деятельность на рынке решений для документооборота является немаловажной частью портфолио Fujifilm, и создание новой компании Fuji Херох позволит нам более целенаправленно удерживать позиции лидера на быстро меняющемся рынке. Мы верим, что история успехов Fujifilm в прогрессивных разработках инновационных печатных и информационных технологий станут важными компонентами преуспевания нового предприятия».

Несмотря на то что Карл Икан и Дарвин Дисон, владеющие в общей сложности 15% акциями Херох, начали кампанию против заключенного соглашения, в конце февраля совет директоров и руководство Херох в очередной раз заявили о том, что объединение с Fuji Херох — наилучший из всех возможных путей дальнейшего развития корпорации.

KernowPrint MetaliK: оригинальные носители для печати



Новые носители с металлизированной поверхностью разработаны с целью расширить возможности поставщиков услуг в области широкоформатной печати в производстве упаковки.

Компания Kernow Coatings объявила о выпуске листового картона формата B2 KernowPrint MetaliK. Материал с металлизированной поверхностью представлен в трех цветовых вариантах — золотом, серебряном и розово-золотом. Картон рассчитан на запечатывание УФ-отверждаемыми чернилами и на финишную обработку с помощью планшетных режущих плоттеров. Обратная сторона картона имеет покрытие белого цвета, которое при необходимости также можно запечатывать. В составе KernowPrint MetaliK не содержится ПВХ, что позволяет его обрабатывать с помощью лазера. Картон поставляется в стандартных размерах 500 x 707 мм (B2). Его также можно приобрести в других размерах, вплоть до 707 x 1000 мм, на заказ.

Материал уже прошел тщательное тестирование в компании Color Logic. «Мы сертифицировали KernowPrint

MetaliK для печати УФ-отверждаемыми чернилами, — отметил Марк Дживз, директор по продажам и маркетингу компании Color Logic. — В частности, разновидность этого картона с серебристой поверхностью оптимально подходит для применения в производстве упаковки, POS-материалов и вывесок в местах продаж».

Для решения задач, когда изделие должно быть более прочным или же когда упаковку нужно изготовить из другого материала, компания Kernow Coatings предусмотрела в своем ассортименте альтернативную разработку, которая представляет собой самоклеящуюся пленку для струйной печати KernowJet MetaliK. Ее можно запечатывать с помощью экосольвентных, УФ-отверждаемых и латексных чернил. В составе этой самоклеящейся пленки не содержится ПВХ. После печати ее можно накатывать на любые листовые основы.

Два новых бренда чернил в портфолио JK Group



В конце февраля на выставке FESPA Asia в Бангкоке были представлены сублимационные чернила Digistar T-Sonic и J-Nexter.

Группа компаний JK Group анонсировала выпуск новых сублимационных чернил на основе красителей, которые разработаны входящими в ее состав предприятиями Kiian Digital и J-Teck.

Так, в ассортименте Kiian Digital появились новые сублимационные чернила для термотрансферной печати Digistar T-Sonic. Они разработаны специально для использования в текстильных принтерах, оснащенных печатающими головками Panasonic. Как заявляет компания-производитель, чернила отличаются высокой надежностью в эксплуатации, быстро высыхают на запечатанной термотрансферной бумаге и обеспечивают широкий цветовой охват получаемых изображений. В свою очередь, компания J-Teck представила чернила J-Nexter, которые разработаны для использования в струйных принтерах для

сублимационной печати, оснащенных печатающими головками Epson новейшего поколения.

«Чернила Digistar T-Sonic оптимальны для высокопроизводительных печатающих систем и позволяют реализовывать потенциал текстильных принтеров промышленного класса, — отметил Марко Гиролла, специалист по маркетингу JK Group. — Что же касается чернил J-Nexter, их ключевыми достоинствами являются быстрота высыхания на термотрансферных бумагах любого типа и высокая насыщенность воспроизводимых цветов».

«Новые разработки свидетельствуют о постоянном стремлении JK Group оперативно реагировать на эволюцию рынка и предлагать клиентам все новые и новые прогрессивные технологические решения», — добавила Алессандра Борги, директор по продажам JK Group.

InFuze: новая линейка термотрансферных бумаг от LexJet



В серии представлены четыре вида материалов для различных сфер применения, включая перенос отпечатков на текстиль, на предметы одежды и на жесткие поверхности.

Компания LexJet представила термотрансферные бумаги новой серии — InFuze. Материалы предназначены для печати сублимационными чернилами на основе красителей и последующего переноса изображений на ткани и другие виды основ. Бумаги имеют особое микропористое покрытие для впитывания чернил. Как заявляет компания-разработчик, новинки не подвержены усадке, сохраняют свою плоскостность и быстро высыхают после печати. В результате все это облегчает термоперенос и способствует повышению качества готовых изделий.

«Термотрансферные бумаги InFuze разработаны специально для того, чтобы достигать максимально возможного качества при термопереносе цветных изображений, — отмечает вице-президент компании LexJet Энджи Грасс. — На фоне других брендов бумаг для термопереноса с нашими новинками удобнее работать. К тому же в денежном выражении

они обеспечивают более выигрышные результаты».

В серии InFuze представлены четыре вида термотрансферных бумаг. LexJet InFuze Multipurpose предназначена для переноса полноцветных изображений как на ткани, так и на твердые поверхности (кружки, промоизделия, сноубордов и т.д.). Бумага LexJet InFuze Textile рассчитана на работу с полиэстеровыми текстилями при изготовлении образцов модной одежды, спортивной одежды, а также рекламных баннеров, флагов и других видов коммерческой графики на текстиле. Основные сферы применения LexJet Apparel — декорирование предметов спортивной одежды. Наконец, бумага InFuze Rigid Substrate предназначена специально для термопереноса изображений на металлические панели, используемые в декоративном оформлении стен, столешниц, в производстве художественных фотографий и других изделий премиум-класса.

Пять новинок от Texo Trade Services



На выставке C!Print Lyon во Франции компания представила свои новейшие разработки для текстильной печати.

Компания Texo Trade Services (TTS) расширила ассортимент выпускаемых решений в области пригодных для запечатывания тканевых основ и термотрансферной сублимационной печати.

Первая новинка — это backlit-текстиль Lightbox Supreme для печати изображений, размещаемых в световых коробах и дисплеях с внутренней подсветкой. Материал пригоден и для прямой печати сублимационными чернилами, и для переноса изображений с термотрансферных промежуточных носителей. После печати ткань можно складывать, при этом на отпечатке не появится никаких заломов. Выпускается Lightbox Supreme в рулонах шириной 160 см, 252 см и 320 см.

Компания TTS также представила обновленную и усовершенствованную разновидность backlit-текстиля Lightbox Venus, которая представляет собой тканый материал с полиуретановым покрытием. Об-

ратную сторону ткани можно запечатывать сублимационными чернилами с обратной стороны, лицевую поверхность — также латексными, сольвентными и УФ-отверждаемыми чернилами. Благодаря особым свойствам покрытия обеспечивается получение красочной графики с насыщенными, глубокими цветами. Ткань Lightbox Venus поставляется в рулонах шириной 252 см, 310 см и 505 см.

Третья новинка — термотрансферная бумага плотностью 45 г/кв. м. Материал разработан специально для применения в индустрии моды и в производстве изделий для декоративного оформления интерьеров.

В ряду дополнительных аксессуаров для текстильной печати также представлены защитная бумага с силиконовым покрытием для защиты ленты каландрового термопресса и полипропиленовая лента, позиционируемая как альтернатива популярным силиконовым лентам для систем SEG.

Цифровые indoor-рекламоносители от Sharp



На выставке Integrated Systems Europe, прошедшей с 6 по 8 февраля в Амстердаме (Нидерланды), компания продемонстрировала новые дисплеи для размещения рекламы в местах продаж.

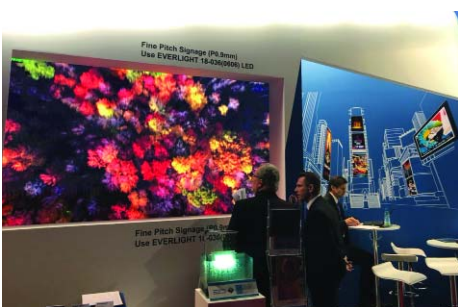
Компания Sharp представила две новые серии электронных дисплеев, предназначенных специально для трансляции рекламных роликов и заставок в интерьерах торгово-развлекательных комплексов и в торговых залах супермаркетов: PN-M и PN-B. Устройства по умолчанию оснащены системами управления и воспроизведения контента и совместимы с широким спектром приложений от сторонних разработчиков.

В каждой из линеек представлены дисплеи с диагональю экрана 40 дюймов и 50 дюймов. Дисплеи первой серии, PN-M, рассчитаны на эксплуатацию в круглосуточном режиме семь дней в неделю. Крупноформатные мониторы второй серии, PN-B, ориентированы на применение в торговых пространствах, открытых для посетителей в течение 16 часов в сутки.

Новые дисплеи можно устанавливать в качестве потолочных и напольных

систем Digital Signage, а также в вертикальном или горизонтальном положении. Устройства уже оснащены необходимым программным обеспечением для воспроизведения контента различного формата. Для реализации несложных проектов в области цифровой рекламы в местах продаж компания Sharp разработала бесплатное программное обеспечение e-Signage. С его помощью дисплеи можно использовать сразу же после покупки и установки на объекте. При необходимости в реализации более сложных и специализированных проектов компания-производитель предусмотрела открытый доступ к управлению устройствами для сторонних разработчиков программного обеспечения на базе ОС Android. В частности, уже заключены соглашения о сотрудничестве с такими компаниями, как CityMeo, Easyscreen, Grassfish, Signagelive, Navori и Videro.

Светодиодные пиксели EVERLIGHT премиум-класса



Компоненты предназначены для создания установок Digital Signage для эксплуатации как внутри, так и вне помещений.

Компания EVERLIGHT Electronics Co., Ltd представила широкий спектр светодиодных модулей и пикселей для изготовления LED-вывесок с динамически сменяемым контентом и других цифровых рекламных установок.

Для применения в наружной рекламе компания разработала серии LED-модулей HNB2727, HNB1921 и HNB1515, а также полноцветные RGB-пиксели. Модули обеспечивают реалистичную цветопередачу и высокую контрастность воспроизводимых изображений в высоком разрешении. Все устройства полностью защищены от воздействия атмосферных осадков. Светодиодные модули серии HNB2727 рассчитаны на установку с шагом в 5 — 8 мм, модули двух других серий — с шагом в 2 — 5 мм. Компоненты для установок Digital Signage прошли целый

ряд испытаний, согласно которым срок их бесперебойной и надежной работы оценивается в 3000 часа (при деградации первоначального светового потока, не превышающей 10%). Модули обладают стойкостью к воздействию ультрафиолетового излучения и серы.

Для интерьерных цифровых рекламоносителей, где требуется значительно меньший шаг между пикселями, компания EVERLIGHT Electronics Co., Ltd разработала миниатюрные RGB-модули серий 18-035 и 18-036. Они рассчитаны на установку с шагом в 0,7 мм, в результате чего обеспечивается однородность экранов и реалистичная цветопередача воспроизводимых изображений. Согласно проведенным испытаниям, эти устройства способны бесперебойно работать в течение 8000 часов.

Многофункциональные LED-трубки HyLite



Благодаря появлению серии OptiMax процесс установки и замены источников света в светильниках для люминесцентных ламп станет проще.

Компания HyLite выпустила новую серию светодиодных трубок OptiMax, которые позиционируются как универсальные энергоэффективные источники света для замены не только традиционных ламп дневного света, но и их современных LED-аналогов.

Известно, что светодиодные источники света служат дольше, чем классические лампы. Тем не менее рано или поздно наступает момент, когда их необходимо заменить новыми. Обычно главной сложностью при замене светодиодных трубок является отсутствие информации о том, как они были установлены: путем подключения к балласту, напрямую к электросети, проведены ли контакты к одному концу трубки или же к двум ее концам, и т.д. На выяснение способа подключения лампы к электросети у монтажников и компаний, обслуживающих системы освещения, обычно уходит немало времени.

Новые светодиодные лампы HyLite LED OptiMax решают эту проблему, поскольку они рассчитаны на любой вариант подключения без исключений. Их просто достаточно вставить на место вышедшей из строя прежней светодиодной лампы, без внесения каких-либо изменений в конфигурацию проводки и дополнительных работ с балластами.

Лампы HyLite LED OptiMax генерируют 150 лм/Вт и выпускаются в двух вариантах, различаемых по цветовой температуре свечения белого света: 4000 К и 5000 К. Потребляя всего 12 Вт, эти светодиодные источники света обеспечивают до 75% экономии электроэнергии, необходимой для работы систем освещения на базе традиционных ламп дневного света типа T8. Лампы OptiMax имеют угол рассеивания светового потока в 300 градусов, оснащены ударопрочным покрытием и рассчитаны на эксплуатацию в течение 50 000 часов.

Блоки питания постоянного напряжения от GlacialPower



GP-CVP036N-xxV-T02
GP-CVP036N-xxV-P02

Новинки выдают мощность в 36 Вт и имеют степень защиты от пыли и влаги IP67.

GlacialPower, дивизион компании GlacialTEch Inc, объявил о выпуске блоков питания постоянного напряжения для светодиодных систем серии GP-CVP036N. Устройства имеют выходную мощность 36 Вт и представлены в 12-вольтном и 24-вольтном вариантах. Новинки можно подключать к стандартной электросети переменного тока напряжением от 90 до 264 В. При подключении к сети 230 В блок питания включается за 0,5 секунды. Минимальная эффективность устройств при полной нагрузке оценивается в 83%.

Устройства GP-CVP036N-xxV-PO2 выполнены в полностью герметизированном пластиковом корпусе, имеющем степень защиты от пыли и влаги IP67, что делает возможным его эксплуатацию вне помещений. В свою очередь, блок питания GP-CVP036N-xxV-T02 имеет специальную клеммную колодку, благодаря чему его монтаж осуществля-

ется проще и быстрее. Обе новинки оснащены защитой от перегрузки по току, защитой от короткого замыкания, защитой от перегрева и защитой от перенапряжения. В результате обеспечивается безопасность и для блока питания, и для всей светодиодной системы при возникновении нестандартных ситуаций.

В серии новых блоков питания GP-CVP постоянного напряжения представлены три линейки устройств: GP-CVP012N, GP-CVP036N и GP-CVP060N с выходной мощностью 12 Вт, 36 Вт и 60 Вт соответственно. Блоки питания двух первых линеек выпускаются как в версии IP67, так и в версии с клеммной колодкой, устройства GP-CVP060N — только во влагозащитном корпусе (IP67). Блоки питания GP-CVP012N и GP-CVP036N поддерживают постоянное выходное напряжение в 12 и 24 В прямого тока, GP-CVP060N — в 5, 12 и 24 В прямого тока.

Мини-стробоскопы — простой инструмент сделать вывеску заметнее

Компания WRS анонсировала запуск продаж обновленного мини-стробоскопа производства компании RUNLINE.



Использование мини-стробоскопа позволяет очень просто создать эффект анимации без применения специальных контроллеров для любой вывески, витрины. Хаотическое мерцание ярких вспышек стробоскопов обращает на себя внимание на 50% больше в условиях вечернего освещения городской застройки.

Интересным направлением применения мини-стробоскопов является использование в производстве POS-материалов. Обновленный мини-стробоскоп имеет пластиковый корпус, класс герметичности IP65, что позволяет использовать прибор в уличных вывесках. При этом сохранился компактный размер изделия. Диаметр отверстия под световой элемент стробоскопа составляет всего 4 мм. Это позволяет устанавливать стробоскоп практически незаметно так, что с небольшого расстояния практически его не будет заметно на лицевой поверхности вывески. Мини-стробоскопы теперь поставляются в гирляндах, что упрощает коммутацию и подключение к блоку питания на 12 вольт. В качестве источника света применяются светодиоды от компании CREE.

НОВИНКА! Автоматическое реле включения и выключения вывесок.

Компания WRS представила новое устройство — автореле, которое обеспечивает автоматическое включение и выключение вывески по заранее заданной программе.



Автореле выполнено в корпусе 2DIN и предназначено для установки в электрощиток на стандартную DIN-рейку. Программируется устройство при помощи мобильного приложения с телефона либо планшета на базе системы Android по интерфейсу Bluetooth. Бесплатное приложение «Автореле» загружается через Google Play. Программа определяет долготу и широту, рассчитывает по астрономическим

формулам время восхода и захода солнца и формирует таблицу включения и выключения на каждый день. Благодаря этому настройка и программирование «Автореле» не вызывает сложности. Доступ осуществляется по логину и паролю. Автореле в сочетании с автодиммером позволят владельцам вывесок экономить до 40% электроэнергии за счет снижения яркости в ночное время суток.

Эконом-вариант Acuity LED 1600 II от Fujifilm



Новейший представитель семейства УФ-принтеров Acuity ориентирован на применение в производстве широкоформатной графики.

Компания Fujifilm анонсировала выпуск нового широкоформатного УФ-принтера в серии Acuity: Acuity LED 1600R. Это доступный по цене аппарат, предназначенный для печати по рулонным материалам в конфигурации СМУК. По другим своим характеристикам, включая качество печати и надежность в работе, новый принтер практически не отличается от уже завоевавшей популярность модели Acuity LED 1600 II. Премьера новинки состоялась на прошедшей с 6 по 8 февраля выставке C!Print во Франции. В базовой комплектации Acuity LED 1600R оснащен четырехканальной системой печати на основе печатающих головок Dimatix Q-class. Опционально ее можно усовершенствовать до восьмиканальной. В принтере предусмотрен режим высокоплотной печати, специально разработанный для нанесения ярких, красочных изображений на чувствительные к нагреву рулонные носители

для световых коробов и оформления витрин.

Печать осуществляется новыми чернилами Uvijet RL, которые выпускаются компанией Fujifilm Specialty Ink Systems в Великобритании. Чернила оптимизированы для печати с рулонными материалами и обеспечивают близкое к фотографическому качество отпечатков.

«В общей сложности число установленных в разных странах мира УФ-принтеров Acuity LED 1600 и Acuity LED 1600 II уже приближается к одной тысяче, — отметил Тюдор Морган, менеджер сегмента решений для производства вывесок и рекламных дисплеев компании Fujifilm Graphic Systems Europe. — Теперь мы предлагаем столь же надежную, но более привлекательную по цене модель Acuity LED 1600R, которая даст возможность печатникам изготавливать высококачественную полноцветную графику».

Принтеры HP для безопасной САПР- и ГИС-печати



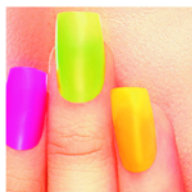
Широкоформатные печатающие устройства HP DesignJet T1700 с рабочей шириной 44 дюйма оснащены системами защиты от несанкционированного доступа к принтеру и данным предприятий.

Компания HP Inc. выпустила широкоформатные принтеры HP DesignJet T1700, которые отличаются высоким уровнем безопасности и производительности при работе с высокоточными документами и картами для рабочих групп.

«С увеличением числа мобильных устройств и современных open-space-офисов организации стали уделять особое внимание безопасности, — отмечает Гайанте Санмартин, генеральный директор и глава международного подразделения широкоформатной печати компании HP Inc. — Одновременно с этим значительно участились случаи утечки данных: за первую половину 2017 года индекс критичности утечек данных возрос более чем на 160%. Серия принтеров HP DesignJet T1700 обладает уникальными передовыми средствами безопасности, которые созданы для защиты корпоративных сетевых принтеров, а также печатаемых на них документов и





получаемых и хранимых ими данных».

Ввиду увеличения сложности и объема данных размеры ГИС-файлов постоянно увеличиваются. Для эффективной обработки такой информации и улучшения процесса печати ГИС-документов широкоформатные принтеры HP DesignJet T1700 оснащены производительной архитектурой обработки данных с использованием жесткого диска на 500 Гб. Кроме того, HP DesignJet T1700 стали первыми в мире принтерами для рабочих групп со встроенной платформой Adobe PDF Print Engine, обеспечивающей более эффективную обработку файлов крупного объема. В результате компьютеры и рабочие станции пользователей могут продолжать работу почти без задержек. Как заявляет компания-производитель, новые принтеры также обеспечивают более высокое качество печати цветных изображений с улучшенной цветопередачей.



ЦИФРОВАЯ ПРЯМАЯ ПЕЧАТЬ
 ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ
 НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
 ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТОВ
 НАВИГАЦИЯ
 ВЫВЕСКИ
 ОФОРМЛЕНИЕ ВИТРИН
 ДИСПЛЕИ (POS/POP)
 ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВЫХ
 ПОМЕЩЕНИЙ
 КОРПОРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН

WWW.LEADING-BRANDS-FOR-PRINTING.COM

- DIBOND[®]**  **CRYLUX[®]**
- FOREX[®]**  **CRYLON[®]**
- SMART-X[®]**  **HIPEX[®]**
- КАРА[®]**  **LENTICULAR**
- DISPA[®]**
- BANOVA[®]**
- LUMEX[®]**



3A POLYCASA

YOUR HOME
 FOR PLASTICS
 AND COMPOSITES



G3/S3/D3 Новое поколение цифровых режущих плоттеров Zünd.

Удивите своих клиентов качеством и творческим подходом. Zünd обеспечит вас первоклассными режущими системами. Получайте прибыль благодаря большей эффективности, гибкости и производительности. Цифровые режущие плоттеры Zünd третьего поколения - несомненные чемпионы от лидера мирового рынка.

Приглашаем читателей журнала на наш стенд на выставку ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ, 20-23 марта 2018, МОСКВА, ВДНХ, павильон 75
 стенд E78



ООО "ОктоПринт Сервис"
 Ильинское шоссе, 4-ый км,
 г. Красногорск, Московская обл.
 Тел. +7 499 490 10 91
 info@oktoprint.ru
 www.zund-rus.ru



Пластик-фантастик: система мобильных световых коробов Light-and-go

Привычный алюминий заменяется в световых коробах ударопрочным пластиком



Скорость сборки и удобство транспортировки становятся главными аргументами при выборе решения для выставочной экспозиции и торгового зала. Минус монтажники и водители, плюс уверенность в отличном результате точно в нужное время. Все это про новую систему быстросборных световых коробов из пластика **LIGHT-AND-GO**. Поставщиком является фирма Spennare (Швеция), известная своими поисками в области дизайна и новых технологий мобильных стендов. Изображение печатается на ткани — естественно, с силиконовым кордом по периметру. Необходимая подсветка уже смонтирована в стенках корпуса, которые легко соединяются друг с другом простым нажатием ладони. Всего за 3 минуты содержимое компактной сумки весом 15 кг (сумка входит в комплект) превращается в яркий двухсторонний световой короб 100 x 200 см. Или даже 100 x 250 см!



Ткань, ткань и еще раз ткань — сегодня это требование заказчиков широкоформатной печати

Продукция, ранее доступная только для сублимационной технологии, может быть изготовлена и на сольвенте, латексе, УФ



О преимуществах ткани с сублимационной печатью знают на рекламном рынке многие, если не все. Но где заказать печать изображений для больших стен в магазинах, выставочных застроек, световых коробов? Оказывается, широкоформатную сублимацию найти трудно. Зато легко найти широкий экосольвент, латекс, УФ-печать. Но для таких видов печати нужна другая ткань: имеющая специальное покрытие (пропитку) для удержания чернил, и в то же время эластичная и не запоминающая форму («немнущаяся»). А такую ткань было найти очень нелегко. Пока не появилась на рынке специальная дисплейная ткань для пришивания силиконового корда: **Special Display Fabric 190S**. Ткань поставляется под торговой маркой VarioJet, что уже является залогом проверенного качества. Работает как на просвет (для свето-

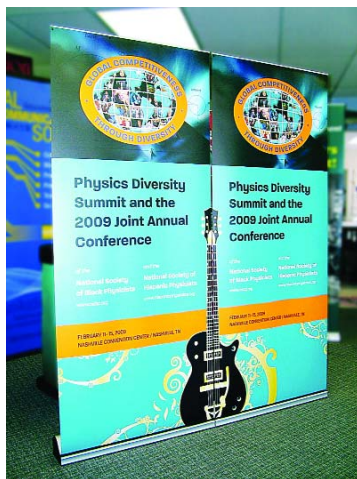


вых коробов), так и в отраженном свете (внешняя подсветка). Первые месяцы продаж показали отличные результаты у всех печатников, на каких бы чернилах ни проводилась печать. Покрытие оказалось универсальным. Доступные варианты намотки: 160 см, 203 см, 220 см, 260 см, 320 см. Удлинение 2 — 3% обеспечивает отличную натяжку ткани даже на самых больших рамах (тестировалась до размера 300 x 500 см).

Подробности на сайте www.wideformat.ru

Материалы для стендов Roll-Up производства Sihl (Германия)

Новая тенденция среди компаний, делающих стенды Roll-Up: экономим на конструктиве, печатаем премиальное полотно



Популярность стендов Roll-Up для интерьерной рекламы — ни с чем не сравнима. Они везде. И в этой огромной массе зародились и развиваются свои стили, своя мода, своя табель о рангах, свои «проставки» и «оригиналы». И вот оказывается, что многие заказчики не обращают внимания на внешний вид самого стенда (считая его лишь корпусом для переноски графики), но требуют, чтобы полотно было напечатано на лучшем материале и с наилучшим качеством.

Идя навстречу пожеланиям таких заказчиков, компания Sihl производит несколько вариантов материала для стендов Roll-Up. Все они имеют универсальное покрытие для печати экосольвентными, латексными и УФ-отверждаемыми чернилами.

3629 SyntiSOL PP Film WF 170 satin

— экономичная пленка ПП 170 мкр с белой оборотной стороной

3392 SyntiSOL PP Greyback 170 satin — высококачественная пленка ПП 170 мкр с серой оборотной стороной

3408 DuraSOL Light 220 satin — премиальная пленка ПВХ 220 мкр с белой оборотной стороной

3515 PolySOL Roll-Up Film 180 satin — премиальная пленка ПЭТ 180 мкр с серой оборотной стороной

Поверхность для печати у всех пленок имеет фактуру «сатин», что можно также описать как «полуглянцев», «легкая текстура». Такая поверхность дает высокую яркость изображению и снижает блики при точечном освещении.

Подробности на сайте www.wideformat.ru и www.sihl.com

Резаки KeenCut SABRE — режем точно, до 300 см и без специального стола

Резаки производства Keencut (Великобритания) известны всем. Но и среди них есть незаметные герои, имеющие все основания стать героями прославленными



«Широкоформатники» — народ мобильный. Их продукция часто требует монтажа на удаленных объектах. Или производственный цех трансформируется под новую задачу, ведь именно своей адаптивностью под требования заказчика и сильна «интерьерка». А что же оборудование? Намертво установлено в цеху и не может никуда переместиться? Да, это так. Обычно мобильный резательный инструмент ограничивается метровыми линейками. Но только не в случае **Keencut! SABRE** — резак до 300 см, которые можно запросто перемещать с места на место и внутри производственного цеха, и с одного широкоформатного производства на другое, и с одного монтажного объекта на другой.

С максимальным отклонением 0,33 мм на 1 м, на этих резаках можно работать практически с любыми рулонными материалами и с большим количеством листовых материалов (кстати, не только в



рекламе, но и в строительстве): от тонких бумаг и тканей, до толстого баннера и пластика толщиной до 13 мм.

Вот еще некоторые преимущества и возможности SABRE:

- широкий размерный ряд (100 — 150 — 200 — 250 — 300 см),
- держатели для работы с тремя основными типами лезвий входят в стандартную комплектацию,
- термонож для работы с синтетическими тканями (опция),
- мобильная основа с корзиной для обрезков и валом для подачи рулонных материалов (опции).

Специализированные мероприятия в апреле 2018 года

Ведущие отраслевые выставки, представляющие особый интерес для sign-индустрии

10.04.18 — 13.04.18

Выставка рекламной индустрии «Дизайн и Реклама NEXT — 2018»

Россия, Москва, ЦДХ (Крымский вал, 10).

«Дизайн и Реклама NEXT» — это выставка, на которой основные игроки рынка и молодые амбициозные компании ежегодно заявляют о себе. Посетители имеют возможность встретиться с руководителями потенциальных компаний-подрядчиков и лично убедиться в качестве предлагаемой продукции.

На выставке будут представлены решения для таких сегментов рекламного рынка, как производство вывесок, продвижение товаров в местах продаж, Digital Signage, рекламно-сувенирная продукция, дизайн, интернет-реклама и др.

Посетителям выставки «Дизайн и Реклама» предоставляется возможность встретиться с руководителями потенциальных компаний-подрядчиков и лично убедиться в качестве предлагаемой продукции.

Официальный сайт: design-reklama.ru

12.04.18 — 14.04.18

Выставка фото— и видеооборудования, печатных технологий и аксессуаров «Фотофорум-2018»

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо».

Международная выставка «Фотофорум» — одно из главных событий на рынке фото-, видеооборудования и печати изображений в странах СНГ и Восточной

Европы, традиционное место встреч производителей, дилеров и дистрибьюторов, профессиональных фотографов, видеорежиссеров и любителей фотовидеосъемки.

Среди основных разделов выставки — «Фотовидеокамеры, объективы и аксессуары», «Осветительное оборудование», «Оборудование и услуги для печати».

В 2017 году «Фотофорум» посетили более 64 450 человек, участниками выставки стали 197 экспонентов, на стендах которых были представлены более 419 брендов.

Место проведения: Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо».

Официальный сайт: photoforum.pmd-forum.ru

24.04.18 — 26.04.18

Выставка технологий для производства вывесок, POS-дисплеев и цифровой печати Sign & Digital UK 2018

Великобритания, Бирмингем, выставочный центр NEC.

Sign & Digital UK пользуется славой одного из главных событий на европейском рынке визуальной рекламы на протяжении уже более 30 лет. Из года в год на выставке продвигаются наиболее прогрессивные технологические разработки для sign-индустрии и акцентируется внимание на динамических преобразованиях, происходящих в сегментах традиционного производства вывесок, цифровых дисплеев и широкоформатной печати.

В выставке Sign & Digital UK ежегодно участвуют более 200 компаний. Ме-

роприятие посещают тысячи специалистов, работающих на рынке визуальных коммуникаций, более 80% из которых принимают непосредственное участие в принятии решений о покупке того или иного оборудования и расходных материалов.

Официальный сайт: www.signuk.com

26.04.18 — 28.04.18

4-я Международная специализированная выставка оборудования, инфраструктуры, технологий рекламы продаж и торговли C-star-2018

Китай, Шанхай, выставочный центр Shanghai New International Expo Centre (SNIEC).

Выставка C-star рассчитана на специалистов, работающих в таких областях, как оптовая торговля, розничная торговля, ремесленные производства, производство и сбыт потребительских товаров, производство оборудования, общественное питание, гастрономия; на предприятия, предоставляющие различные услуги и консультации.

На выставке будут представлены широкий спектр оборудования и технологий для торговых помещений, освещения и дизайна магазинов, решения в области визуального мерчандайзинга и маркетинга, новые идеи, технологии и услуги в дизайне и застройке выставочных стендов и специальных мероприятий.

Официальный сайт: www.c-star-expo.com

«Россию мы рассматриваем как страну с очень большим потенциалом роста print-индустрии»

Корреспондент журнала «Наружка» побеседовал с Нейлом Фэлтоном (Neil Felton, CEO, FESPA) и Роз Гуарнори (Roz Guarnori, Divisional Director, FESPA) о перспективах выставки FESPA и печатной индустрии в целом.

Одним из наиболее важных трендов в маркетинге в настоящее время является рост популярности цифровых коммуникаций. Некоторые уже считают, что больше нет необходимости участвовать в выставках, посещать специализированные мероприятия и читать отраслевые издания, поскольку они могут взаимодействовать с клиентами и партнерами с помощью сети интернет, общаться с ними в социальных сетях и так далее. Что Вы предпринимаете, чтобы противодействовать этому тренду?

Нейл: Я активно участвую в работе выставок уже 20 лет, и мне приходилось слышать эти же вопросы 15 лет назад. Уверен, что фундаментально люди посещают выставки в поисках доверия. Если я собираюсь приобрести комплект оборудования, я должен увидеть его в режиме реальной эксплуатации, я хочу знать, кто именно будет заниматься его обслуживанием. Мне также хочется посмотреть, что делают конкуренты этой компании, сделать собственные сравнения и выводы и довериться выбранному производителю или поставщику. Конечно, интернет — это фантастический по своим возможностям инструмент для поиска информации и обмена сведениями. Но ничто не сравнится с выставками, в ходе которых можно получить любую дополнительную информацию об оборудовании, пообщаться с коллегами по цеху, понять, что же представляет собой новая машина и какие бизнес-возможности открываются в связи с ее появле-



нием на рынке. Посещение выставок — это максимально эффективно израсходованное время, которое позволяет гораздо легче и проще открыть для себя новые возможности для развития бизнеса. В интернете информация накапливается в огромных объемах, но не она играет ключевую роль в принятии решения о покупке той или иной печатной машины.

Роз: Добавлю, что, если вы покупаете легковую машину, вы, возможно, видели ее рекламный ролик в интернете или по

ТВ, но вам все равно хочется провести ее тест-драйв. Вы не станете покупать автомобиль просто потому, что вы увидели его рекламу. Вам необходимо проверить легковую машину в реальных условиях, повзаимодействовать с ней. Такая покупка — это крупное вложение средств. То же можно сказать и о печатном оборудовании: его не покупают, не ознакомившись с ним детально. Людям также хочется быть уверенными в том, что они могут доверять тому, с кем они планируют заключить сделку. И лучший способ для этого — личная встреча.

Нейл: К тому же выставки дают возможность пообщаться и с другими компаниями, работающими в тех же направлениях, что и ваша, и найти новых партнеров по бизнесу. Обычно печатники заняты на своих производствах в течение 200 дней в году, и у них практически нет возможности встретиться с другими печатниками и увидеть, чем те занимаются и что у них получается лучше. Кроме того, мы знаем, что общение посредством электронной почты очень сильно отличается от личных встреч, в ходе которых можно понять и узнать значительно больше. Это — нормальный человеческий способ общения.

Как бы вы продолжили фразу «На самом деле FESPA — это не просто выставка, это...»?

Нейл: FESPA — это гораздо больше. В действительности FESPA представляет собой Международную федерацию ассоциаций печатающих компаний, федерацию первостепенной важности. Мы действительно проводим выставки, но по сути своей FESPA — это федерация. В наших рядах — более 16 тысяч печатающих компаний со всего мира. Наша главная задача — создавать и стимулировать спрос на печатную продукцию. Речь идет о том, к примеру, чтобы осмысливать возможности оборудования для широкоформатной печати и вовлечь в этот сегмент больше участников, как и привлекать внимание к другим сегментам рынка, в которых можно поражать воображение и завоевывать клиентов с помощью печатной продукции.

Как известно, выставка FESPA отражает все тенденции в индустрии цифровой печати. Что вы можете сказать о ключевых переменах на печатном рынке в этом году, если посмотреть на состав участников предстоящей выставки FESPA Global Expo?

Роз: Ключевые тренды нашли отражение в очередном исследовании FESPA Print Census, которое будет опубликовано в дни выставки в мае этого года. Один из них — это рост спроса на цифровую печать по текстилю, в частности, на быстрое изготовление модной одежды и персонализированных предметов одеж-

ды на заказ с помощью цифровой печати. Второй — это использование цифровой печати в производстве упаковки и POS-материалов из гофрокартона. Мы делаем все для того, чтобы наша выставка соответствовала интересам и специфике бизнеса сообщества, которому мы служим. В последнее время мы также стараемся вовлечь в развитие индустрии печати производителей оборудования и способствовать их постоянному диалогу с печатающими компаниями.

Известно, что некоторые европейские выставки, посвященные средствам визуальной рекламы, начиная с 2010-х годов, привлекают все меньшие круги специализированной аудитории. Тем не менее, в 2013 году вы провели первую выставку European Sign Expo, ориентированную на sign-индустрию. С тех пор это мероприятие федерация FESPA проводит регулярно. С какой целью это делается?

Нейл: Исторически о потребности в такой выставке нам говорили как посетители print-шоу FESPA, так и представители нашей федерации. Для них индустрия вывесок и других средств наружной и интерьерной рекламы представляет большой интерес. Несколько компаний, разрабатывающих решения для этого рынка, выступили в роли экспонентов FESPA Digital — 2012 в Барселоне (Испания), но на тот момент у нас не было для них специально выделенной площадки, которая бы выделяла их на фоне других участников. В результате мы решили организовать выставку European Sign Expo, которая открыла двери шоу FESPA для сайнмейкеров со всего мира. За прошедшие годы это мероприятие демонстрирует стабильный рост, имеет свою тематику, проводит свою кампанию и фактически является отдельной, независимой выставкой. Конечно же, посетители выставки FESPA посещают European Sign Expo, и наоборот, и от этой синергии выигрывают и экспоненты, и аудитория.

Расцениваете ли Вы рост популярности цифровых рекламоносителей (Digital Signage) как угрозу для индустрии печати?

Нейл: На мой взгляд, это не столько угроза, сколько благоприятный шанс для развития. В нашем исследовании FESPA

Print Census 2015 года около 60% респондентов, представляющих печатающие компании, подтвердили, что они рассматривают возможность освоить направление Digital Signage. Однако за прошедшее время свои позиции на рынке печати эти компании не утратили, поэтому я и считаю, что для них это дополнительная возможность для развития. Печатники лучше многих других понимают, как создавать и воспроизводить эффективное изображение. Теперь им предстоит научиться понимать, как работать с движущейся картинкой. Добавлю, что изначально федерация FESPA объединяла только компании, специализирующиеся в области трафаретной печати. Если бы мы в свое время не включили в свои ряды тех, кто использует в своей деятельности оборудование для цифровой печати, наша организация подверглась бы большим рискам. То же можно сказать и о печатающих компаниях сегодня: Digital Signage открывает перед ними новые возможности, и намеренный отказ от освоения этого направления представляет для них большую угрозу, чем сами цифровые рекламоносители в целом. Считаю, что наша задача — информировать сообщество FESPA о том, на что способны решения в области Digital Signage, и мы уже планируем проведение ряда мероприятий, посвященных этому сегменту рекламного рынка.

Возможно, выставка European Sign Expo возьмет на вооружение этот тренд и это позволит ей значительно увеличить свои площади в будущем?

Роз: Конечно, выставка продолжит эволюционировать и развиваться и так же, как print-шоу FESPA, будет отвечать на актуальные запросы и соответствовать интересам аудитории и через пять, и через десять лет. Со своей стороны мы сделаем все возможное для этого.

Нейл: Действительно, если взять в качестве примера печать на текстиле, за годы эволюции выставки FESPA можно увидеть, как решения в этой области занимали все больше и больше пространства на площадке print-шоу. Теперь печать на текстиле — неотъемлемая часть нашей выставки. Что касается European Sign Expo, в этом году в центре внимания этого мероприятия будут вывески и рекламные конструкции, изготовленные без

применения печатных технологий. На FESPA Global Expo впервые столь широко будут представлены печатные машины для работы с гофрокартоном, и это тоже отражает актуальные тенденции на рынке печати. Не сомневаюсь, что в будущем мы сможем то же самое сказать и о Digital Signage на выставке European Sign Expo.

Роз: Стоит добавить, что это уже происходит с нашей относительно новой инициативой Printeriors, шоу применения технологий печати в оформлении интерьеров, которое также приурочено к выставке FESPA. С каждым годом в этой программе принимает участие все больше и больше экспонентов.

Помню, как 10 лет назад цифровая печать использовалась в основном в B2B-сегменте. Теперь же она и в самом деле все чаще применяется для выполнения заказов, поступающих от частных лиц...

Роз: Да, сегодня потребители могут заказать и обои, и ковровые покрытия с уникальным дизайном, изготавливаемые с помощью цифровой печати. Более того, сейчас уже не нужно обращаться к дизайнерам и в издательства: можно зайти в интернет и заказать тираж собственной книги, который будет выполнен с помощью цифровой печатной машины. На рынке персонализированной продукции в настоящее время наблюдается очень большая активность.

Как изменился портрет посетителя выставки FESPA за последние несколько лет? Из каких стран вы ожидаете наибольшее число посетителей в этом году? Сколько из них, по вашим оценкам, являются представителями печатающих и рекламно-производственных компаний из России?

Роз: Кто именно становится посетителем выставки, во многом зависит от того, в какой стране и в каком городе проходит

наша главная выставка. По нашим предварительным оценкам, аудитория print-шоу в Берлине будет на 40 — 50% состоять из компаний, работающих на территории Германии и соседних с ней стран. Также ожидается рост числа посетителей из стран Восточной Европы. Традиционно на выставку приедут специалисты индустрии печати из многих других регионов мира.

Нейл: Россию мы расцениваем как страну с очень большим потенциалом роста. И даже если непосредственно на выставку приедут всего 100 или 200 российских печатников, кто-нибудь обязательно из них купит печатную машину нового поколения. И это оборудование откроет новые возможности на рынке печати для всей страны, что повлечет за собой все новые и новые инсталляции и будет способствовать дальнейшему развитию print-индустрии в России.

Выставка пройдет в Берлине с 15 по 18 мая 2018.

TRIANGLE

КРАСКИ, ДЕЛАЮЩИЕ МИР ЯРЧЕ

СОЛЬВЕНТНЫЕ, ЭКОСОЛЬВЕНТНЫЕ И УФ-ЧЕРНИЛА

ЧЕРНИЛА ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ
 Оригинальная упаковка, не требующая изменения конструкции
 Лучше оригинала по великолепной цене
 Повышение эффективности производства при снижении затрат
 Гарантия и сервис
 Широкая дистрибуторская сеть по всей территории РФ

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

Prizmix

Секреты выигрышной и эффектной визуальной рекламы в «РуссКом-Графикс»

20 и 21 февраля компания провела в Москве «Дни открытых дверей»

В мероприятии приняли участие представители более 35 рекламно-производственных компаний не только из Москвы, но и из других городов России, включая Санкт-Петербург, Екатеринбург и Ростов-на-Дону. Главной темой «Русском: Open House» стала презентация экосольвентных чернил Marabu Mar Jet DI-MS, которые предназначены для использования в широкоформатных сольвентных принтерах Mimaki. Теперь у российских компаний, работающих с этой печатающей техникой, появилась возможность перейти на высококачественные чернила Marabu, повысить рентабельность своих производств и при этом не жертвовать ни качеством отпечатков, ни долговечностью оборудования.

Специальным гостем «Дней открытых дверей» стал вице-президент компании Marabu Маркус Прибик. Он подробно рассказал и о более чем 150-летней истории своего предприятия, и о приоритетах Marabu, среди которых — стремление обеспечивать предельно высокое и стабильное качество выпускаемой продукции, забота о человеческом здоровье и окружающей среде, а также профессиональная поддержка пользователей. По словам Маркуса Прибика, чернила Marabu Mar Jet DI-MS, поставляемые в Россию компанией «РуссКом-Графикс», позволяют получать высококачественные красочные отпечатки, которые почти не имеют запаха и обеспечивают высокую стойкость графики к истиранию и воздействию химических веществ.

С большим интересом аудитория восприняла выступление Киры Колчиной, исполнительного директора компании «РуссКом-Графикс». Гости узнали о химико-физических секретах и нюансах производства сольвентных чернил, а также о преимуществах сольвентной печати



по виниловым основам в сравнении с другими технологиями воспроизведения изображений. Затем технические специалисты «РуссКом» рассказали участникам «Дней открытых дверей» об особенностях перехода с использования одной марки чернил на другую и поделились своим опытом построения ICC-профилей для печати. Аудитории также была предоставлена возможность лично ознакомиться с образцами полноцветной графики, напечатанной чернилами Marabu Mar Jet DI-MS на широкоформатном принтере Mimaki JV150-160, и сравнить их с отпечатками, полученными с помощью чернил другой торговой марки.

В ходе завершающей части мероприятия все желающие смогли оценить в работе одну из наиболее интересных новинок в широкоформатной печати последних месяцев — УФ-принтер-каттер Mimaki UCJV300-160. Несмотря на свои компактные размеры, этот аппарат способен выдавать красочную полноцветную графику на широком спектре материалов (будь то бумага, винил, ПЭТ-

пленки или ткани) с практически эталонным качеством, включая и воспроизведение оттенков человеческой кожи, и плашечные заливки, и мелкий текст. Принтер-каттер печатает в семь цветов (CMYKLCm+White) с разрешением до 1200 dpi. Его изюминкой является особый режим печати в четыре слоя, с помощью которого можно изготавливать рекламную продукцию с эффектом «День/Ночь». Кроме того, УФ-принтер-каттер Mimaki UCJV300-160 оснащен всеми необходимыми функциями и инструментами для послепечатной контурной резки готовых отпечатков, что делает его еще более привлекательным вариантом для изготовления небольших наклеек, стикеров и ярлыков. Качество отпечатков, которые выдавал принтер в присутствии участников мероприятия, произвело действительно эффектное впечатление на специалистов отечественных РПК. Вполне возможно, что богатые возможности Mimaki UCJV300-160 будут предложены широким кругам заказчиков коммерческой графики и рекламной продукции в нашей стране уже в ближайшие месяцы.

«Полноцветная печать всегда будет пользоваться спросом»

Интервью с Маркусом Прибиком, вице-президентом компании Marabu GmbH & Co. KG по международным продажам чернил для цифровой печати

Компания Marabu широко известна как разработчик и производитель широкого спектра красителей и жидких ламинатов для трафаретной, тампонной и цифровой печати. В ассортименте Marabu, в частности, представлены альтернативные экосольвентные чернила для популярных в нашей стране широкоформатных принтеров Mimaki и Roland. Между тем в последние несколько лет в Европе наблюдается активный переход с использования сольвентных чернил на печать латексными, водными и УФ-отверждаемыми чернилами. Как это отражается на объемах продаж сольвентных чернил Marabu?



В целом я бы сказал, что подобное утверждение — только часть правды. Несмотря на то что доли латексных и УФ-чернил на европейском рынке увеличиваются, продолжают расти и объемы продаж сольвентных чернил. Действительно, может создаться ощущение, что наблюдается незначительная тенденция отказа от использования сольвентных чернил в цифровой печати. В то же время значительную долю в поставках Marabu составляют именно решения на сольвентной основе, и показатели прибыли от реализации этой продукции продолжают увеличиваться. Объяснить это можно тем, что сольвентные чернила с каждым годом меняются, становятся лучше и менее вредными для человека и окружающей среды. К тому же печать сольвентными чернилами — относительно недорогой метод наносить полноцветные изображения на некоторые поверхности и материалы, которые невозможно запечатывать с помощью УФ-отверждаемых или латексных чернил. Поэтому сольвентная печать продолжает занимать прочные позиции на мировом рынке и ее объемы будут увеличиваться и впредь. Не так быстро, как в последние десять лет, но все-таки — увеличиваться. Могут добавить, что латексная печать — это достаточно привлекательная технология печати, но во многом ее популярность объясняется агрессивным маркетингом со сто-

роны компании-производителя. Мы не думаем, что латексные чернила более экологичны, чем экосольвентные: в них содержится значительное количество растворителей и требуется очень много электроэнергии на то, чтобы просушить отпечаток. УФ-печать — это очень достойная технология, но она не универсальна. Поэтому производителям рекламы и печатающим компаниям необходимо выбирать оптимальный тип чернил, будь то сольвентные, латексные, УФ-отверждаемые или чернила на водной основе, — с учетом сферы применения и места размещения будущего отпечатка. Мы не думаем, что в ближайшие десять лет сольвентные чернила исчезнут, поскольку эта технология продолжает развиваться и в составе чернил начинают использоваться более безопасные и менее агрессивные по отношению к экологии растворители.

Что Вы можете сказать о специфике российского рынка цифровой печати?

После первых встреч с клиентами я понял, что это рынок, обладающий своей собственной культурой. В России предпочитают покупать высококачественное оборудование, и затем экономить на расходных материалах. При этом образцы печати, которые я видел на производствах компаний-клиентов, были действительно эф-

фективными: их качество действительно очень высоко. По моим оценкам, в России существует большой спрос на альтернативные чернила высокого качества, поставляемые по разумной цене. Это дает основания полагать, что у Marabu — отличные шансы завоевать успех на этом рынке.

Как давно продукция Marabu представлена в России?

Если говорить о наших разработках для трафаретной и тампонной печати, бренд Marabu пользуется большой известностью на этом рынке уже далеко не первое десятилетие. Около шести лет назад мы также стали сотрудничать с компанией «РуссКом» по поставкам в Россию УФ-чернил Marabu, отверждаемых с помощью светодиодов. Не так давно мы вместе с «РуссКом» начали поставлять и экосольвентные чернила для широкоформатных принтеров Mimaki.

Как бы Вы охарактеризовали компанию «РуссКом» — Вашего эксклюзивного партнера по поставкам расходных материалов для российской sign-индустрии?

Это очень серьезный, вызывающий доверие партнер, предоставляющий своим клиентам техническую поддержку на очень высоком уровне. Не думаю, что знаю какую-нибудь другую российскую компанию, которая так же сильно гордилась бы технологическими решениями, которые она поставляет покупателям. Для нас «РуссКом» — это еще и лучший партнер по проведению тестов, которому мы всегда можем прислать новые чернила на тестирование. Специалисты «РуссКом» хотят знать, что именно они продают, они хотят быть на 100% уверенными в том, что они предлагают своим клиентам качественную продукцию. На фоне других наших дистрибьюторов это действительно уникальное явление. Обычно наши партнеры просто продают наши чернила и другие расходные материалы для печати без всяких исследований, как с полки в супермаркете. Компания «РуссКом» ведет

себя иначе: прежде, чем предложить наши чернила на российском рынке, ее технологи тестировали в течение трех месяцев и в результате составили детализированный отчет о характеристиках и особенностях новых красок для цифровой печати. И в нашем сотрудничестве такой подход мне действительно очень нравится.

Известно, что в последние несколько лет в принтерах Mimaki и Roland стали использоваться печатающие головки не только компании Epson, но и других производителей. Усложнило ли это для Marabu процесс разработки новых альтернативных чернил?

Появление широкоформатных принтеров Roland и Mimaki, оснащенных печатающими головками нового типа, не стало для нас проблемой. Мы абсолютно не зависимы от типа печатающих головок, используемых в том или ином принтере. Мы никаким образом не связаны ни с одним из производителей печатающих головок. Обычно у нас есть оборудование для тестирования любых печатающих головок, начиная с миниатюрных устройств Epson и заканчивая самыми крупными — Kyocera, Konica Minolta, Toshiba Tec и др. Обычно два месяца спустя появления нового принтера на рынке мы оцениваем успешность этой модели, и если новинка действительно пользуется активным спросом, мы покупаем такое оборудование для проведения собственных исследований и испытаний. Для Marabu разработать новые чернила — обычная, часто выполняемая задача, которая предполагает достижение определенного уровня вязкости состава и подбор необходимых пигментов и дополнительных компонентов. В нашей команде по исследованиям и разработкам новой продукции работает более 55 человек. В лаборатории Marabu в настоящее время испытания ведутся одновременно на 30 различных моделях печатающего оборудования. Эти принтеры мы также используем для контроля над качеством нашей продукции. На протяжении первого года с момента разработки чернил нового типа тестируются образцы из каждой новой партии. Это гарантирует, что конечный продукт, будь то картридж, пакет или бутылка с чернилами, соответствует необходимому уровню качества. В результате через год после разработки новой формулы чернил мы с уверенностью можем заявлять, что наши краски отличаются стабильностью по своим характеристикам от партии к партии.

Планируете ли Вы начать продажи экосольвентных чернил Marabu для широкоформатных принтеров Roland в нашей стране?

В работе с компанией «РуссКом» мне нравится поэтапное расширение ассортимента. Поскольку мы нацелены на долгосрочное сотрудничество, мы не стремимся требовать от нашего партнера в России определенных объемов продаж или продвижения всей линейки чернил Marabu. Если объемы продаж экосольвентных чернил для принтеров Mimaki будут успешными в течение ближайшего полугодия или года, возможно, на следующем этапе мы предложим компании «РуссКом» расширить спектр поставок наших чернил.

Каковы основные конкурентные преимущества Marabu перед другими производителями альтернативных чернил для широкоформатной цифровой печати?

Во-первых, это наша политика в области защиты здоровья и обеспечения безопасности наших чернил для человека и экологии. Marabu — это производитель из Германии, и мы соблюдаем все нормы, действующие в странах ЕС. С одной стороны, это хорошо, поскольку мы не можем использовать в своей работе компоненты, которые запрещены. С другой — это не дает нам возможности выйти на рынки в других странах, поскольку, если признаться, мы не стремимся выпускать самую дешевую продукцию в мире. На мой взгляд, Marabu — лидер по качеству альтернативных чернил для печати. Именно поэтому в настоящее время мы активно сотрудничаем и с производственными предприятиями, и с разработчиками оборудования по внедрению цифровой печати в промышленности. Если бы мы предлагали некачественный товар, с нами бы никто не вел таких переговоров. Опять же, на 100% гарантировать стабильно высокий уровень качества чернил от партии к партии может далеко не каждый производитель. Мне не приходилось встречать столь жесткий контроль над качеством у других разработчиков чернил. И, конечно же, во всех случаях мы нацелены на долгосрочное сотрудничество с нашими партнерами и клиентами. Мне известны большинство компаний, выпускающих альтернативные чернила, их преимущества и слабые стороны. Возможно, мы не склонны принимать поспешные решения, как некоторые из них, но мы делаем ставку на стабильность, и это позволяет нам уверенно двигаться вперед.

Считаете ли Вы конкурентами такие компании, как Sun Chemical или Fujifilm Sericol?

Мы называем их «нашими старыми друзьями», поскольку мы конкурируем с ними в производстве чернил для трафарет-

ной и тампонной печати на протяжении десятилетий. Это гораздо более крупные компании, чем Marabu. Но в то же время это дает нам гибкость и мобильность, мы очень быстро реагируем на запросы и пожелания заказчиков. Насколько мне известно, мы — единственный производитель, который выпускает краски в специальных оттенках на заказ. Мы тесно сотрудничаем с автопромышленностью, и по желанию того или иного завода мы можем изготовить и 200 мл краски уникального цвета, и 20 тонн, если это необходимо. Нашим главным преимуществом по сравнению с «нашими старыми друзьями» я считаю нашу поддержку, которую мы оказываем и дистрибьюторам, и конечным пользователям нашей продукции. Так или иначе, каждый из нас делает свою работу, и нам в действительности не приходится воевать между собой.

Каковы основные цели компании Marabu на ближайшие три-пять лет?

Основной потенциал для развития мы видим в промышленной печати. В настоящее время мы работаем над проектами, которые будут реализованы в 2021 году. Мы также считаем очень перспективным для нас сегмент УФ-отверждаемых чернил. Речь идет о том, чтобы внедрить в УФ-печать коммерческой графики подходы промышленного уровня. Это означает, что мы не будем выпускать универсальные УФ-чернила; мы будем разрабатывать УФ-чернила для печати по конкретному материалу, для применения в определенных целях. Обычно широкоформатные УФ-принтеры сопровождаются оригинальными, так называемыми всеядными, чернилами. Однако по прошествии некоторого времени печатник обнаруживает, что, если он склонен не печатать всё подряд, а специализироваться на каком-нибудь одном направлении, ему нужны специальные чернила, предназначенные для решения именно этих специфических задач.

Какие новые решения могут ожидать российские покупатели от компании Marabu в этом году?

Могут сказать, что в сотрудничестве с компанией «РуссКом» мы работаем над новым типом уникальных сольвентных чернил, которые будут изготавливаться исключительно для России, с учетом специфики, потребностей и запросов российского рынка. Данному проекту скоро исполнится уже полтора года, и премьеры первых работ, созданных в ходе его реализации, запланированы именно на 2018 год.

Есть мнение, что наилучшие результаты печати обеспечивают оригинальные

чернила, поставляемые компанией-производителем оборудования, и что переход на альтернативные чернила негативно отражается и на качестве отпечатков, и на работе принтера, что влечет за собой недовольство со стороны заказчиков и, как следствие, их потерю. Как Вы можете это прокомментировать?

Не думаю, что это именно так. Ведь если бы это было так, мы могли бы конкурировать только за счет предельного снижения стоимости чернил, а ведь наши чернила нельзя назвать дешевыми. Вы покупаете не альтернативные чернила Marabu, вы покупаете оригинальные чернила Marabu, разработанные специально для вашего принтера, которые в некоторых случаях позволяют даже еще больше реализовать потенциал оборудования. Каждый раз, когда мы оцениваем характеристики оригинальных чернил, наша задача — добиться такого же цветового охвата и такой же цветопередачи, столь же высокого качества отпечатков и полной совместимости с оборудованием и при этом сделать наши чернила еще лучше, чем оригинал, и это действительно так. К примеру, некоторые из наших разработок обладают более высокой стойкостью к истиранию, чем оригинальные чернила, поставляемые под брендами производителей принтеров.

К тому же существует множество альтернативных чернил, которые различаются между собой по уровню качества. Если купить чернила стоимостью 5 евро за литр, вы вряд ли получите достойные результаты при печати, и с этим я полностью согласен. Мы никогда бы не предложили своим клиентам нечто подобное. Соглашусь, что некоторые из наших коллег по цеху совершают ошибки. Но отдавать предпочтение самому дешевому товару, который есть в продаже, — это просто дурной вкус.

Какие технологии и факторы, на Ваш взгляд, способны снизить спрос на сольвентные чернила в ближайшие годы?

Это, в первую очередь, распространение светодиодных экранов, которые пришли на смену статичным билбордам во многих крупных городах США. И на эту тенденцию в ближайшем будущем нам придется обратить особо пристальное внимание. Что же касается технологий печати, уверен, что место под солнцем есть для каждой из них, будь то печать водными, сольвентными или УФ-отверждаемыми чернилами. Можно вспомнить, как десять лет назад чуть ли не каждый утверждал, что цифровые принтеры вытеснят трафаретную печать. Сейчас же мы видим, что все чаще и чаще используется

комбинация двух этих технологий. Даже у аналоговых методов печати есть свои прочные позиции на рынке, и цифровая печать успешно применяется вместе с ними. Поэтому наибольший риск, на мой взгляд, заключается в том, что полноцветная графика уступит первое место светодиодным экранам в индустрии визуальной рекламы. Если даже посмотреть на футбольные стадионы, еще пять лет назад все баннеры на рекламных конструкциях, установленных по периметру поля, изготавливались по технологии широкоформатной печати. В настоящее время — это динамичные видеоролики, отображаемые с помощью светодиодных экранов. И если LED-технологии будут становиться все более и более доступными по цене, каждый сможет позволить себе такую рекламную установку. И все же, на мой взгляд, у каждого из сегментов индустрии визуальной рекламы есть потенциал для дальнейшего развития. Во-первых, не у всех есть средства, чтобы инвестировать в светодиодные экраны. Во-вторых, отпечаток, вывеска или статичная рекламная конструкция — это все-таки нечто материальное, нечто настоящее, к чему можно прикоснуться, ощутить и визуально, и тактильно. И такая продукция будет всегда пользоваться спросом.



Marabu
Чернила **Mara Jet DI-MS**

Special for **Mimaki**

ПРИНОСЯТ УДАЧУ В РЕКЛАМНОЙ



ПЕЧАТИ

- Без запаха
- Яркие, насыщенные цвета
- Стабильная цветопередача
- Хорошая адгезия с материалами
- В вакуумных пакетах для СНПЧ
- Произведено в Германии

РуссКом Графикс 8(495)785-58-12
эсклюзивный поставщик **info@plotters.ru**
цифровых чернил Marabu в России **plotters.ru**

Как сделать лучшую вывеску на свете?

Идеи и примеры со всего мира!



@signbusiness

Где источник важной и полезной информации?

Всё в одной ленте!



www.facebook.com/naroozhka/

ПОДКЛЮЧАЙТЕСЬ!

Российские сайнмейкеры определили наиболее важные параметры светодиодных модулей для объемных букв и световых вывесок

В феврале редакция журнала «НАРУЖКА» провела онлайн-опрос среди отечественных производителей средств визуальной рекламы. Респондентам предлагалось выделить ключевые факторы, определяющие выбор в пользу тех или иных светодиодных модулей. Как оказалось, суммарные результаты, полученные на основе ответов участников опроса, позволяют сделать достаточно неожиданные выводы.

Всем желающим принять участие в исследовании предлагалось заполнить анкету, размещенную на специальной веб-странице в сети Интернет. Участникам опроса предстояло оценить основные параметры, влияющие на выбор тех или иных светодиодных модулей, по шкале от 0 («Не имеет значения») до 5 («Имеет очень большое значение в принятии решения о покупке»). В общей сложности оценивались 15 факторов, включая такие, как цена, качество, долговечность, удобство в монтаже, световая эффективность и др. Респондентам также были заданы два дополнительных вопроса: «В какой российской компании вы закупаете светодиодные модули чаще всего?» и «С каким брендом и с какой именно серией LED-модулей вы предпочитаете работать?».

В опросе приняли участие около 80 специалистов РПК, предприятия которых расположены в Москве, Санкт-Петербурге, Ижевске, Чебоксарах, Иркутске, Ставрополе, Тюмени, Хабаровске и других городах России. Примечательно, что своим мнением также поделились несколько производителей световых вывесок из Украины.

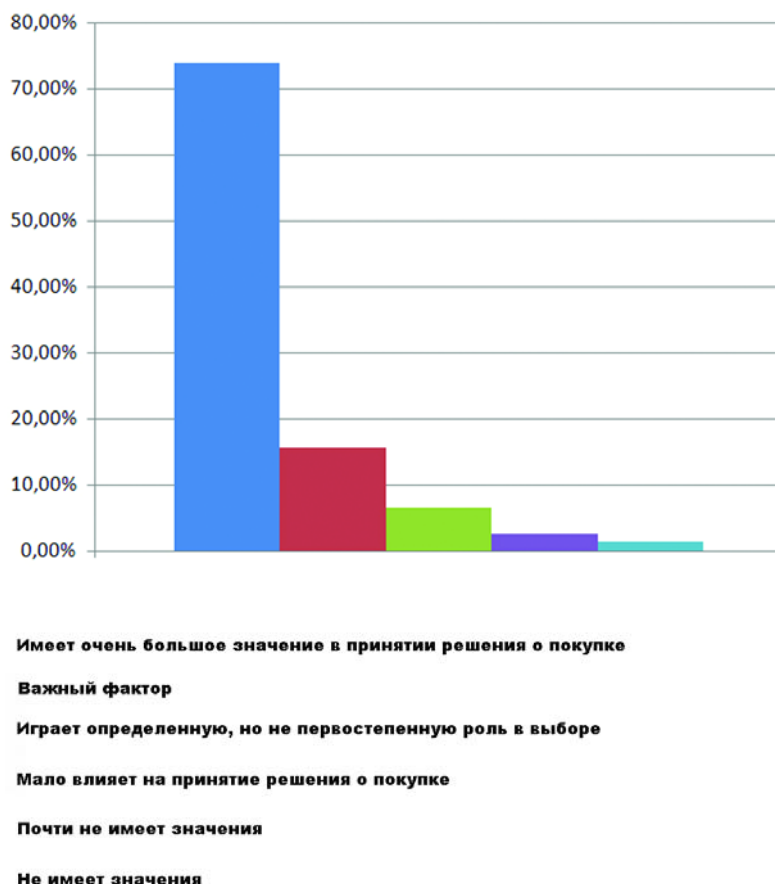
Главное — надежность в эксплуатации

Параметром, который наибольшее число респондентов оценило как «имеющий очень важное значение», стала надежность

LED-модулей в эксплуатации. Именно этот фактор по итогам опроса занял первую строчку в рейтинге ключевых факторов, играющих наиболее важную роль при выборе

источников света для вывесок и объемных букв. С тем, что именно надежность в эксплуатации имеет первостепенное значение, согласились 74% специалистов РПК.

Важность фактора «Надежность в эксплуатации» при выборе и покупке LED-модулей.



Еще 16% участников опроса оценили этот параметр как «важный фактор в принятии решения о покупке» тех или иных светодиодных модулей. Не имеет (и почти не имеет) значения надежность светодиодов в эксплуатации только для 4% респондентов.

Роль компании-поставщика

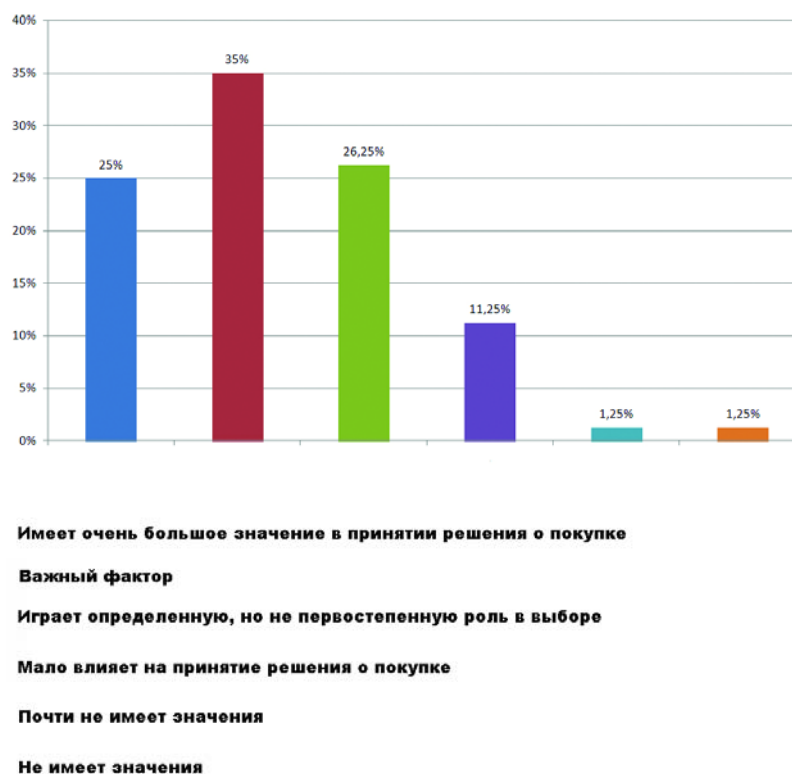
В десятку наиболее важных причин, определяющих выбор тех или иных светодиодных модулей, также вошли такие факторы, как «гарантийные обязательства компании-поставщика», «оперативность поставок и условия доставки со стороны компании-поставщика» и «наличие необходимых объемов источников света на складах компании-поставщика». Именно они имеют очень большое значение для 47%, 38% и 32% опрошенных соответственно. Несомненно, для большинства респондентов значимым также является качество поставляемой продукции, которое выделили в качестве фактора первостепенной важности 53% участников опроса. При этом для 44% респондентов столь же большое значение имеет однородность излучаемого LED-модулями оттенка белого света от партии к партии; для 33% — успешный опыт эксплуатации этих же светодиодов в ранее реализованных проектах. В совокупности эти результаты свидетельствуют о том, что

контроль над качеством поставляемой продукции, сервис и соблюдение гарантийных обязательств со стороны компании-поставщика играют критически важную роль для производителей световой рекламы при выборе источников света.

Наиболее важные факторы при выборе и покупке LED-модулей.

Параметр:	Имеет очень большое значение
Надежность в эксплуатации	74%
Качество	53%
Гарантийные обязательства компании-поставщика	47%
Однородность оттенка белого света от партии к партии	45%
Долговечность	39%
Оперативность поставок и условия доставки со стороны компании-поставщика	38%
Успешный опыт эксплуатации этих же светодиодов в ранее реализованных проектах	33%
Репутация компании-поставщика на рынке	32%
Наличие необходимых объемов на складах компании-поставщика	31%
Удобство в монтаже	25%
Цена	25%
Показатель световой эффективности (в лм/Вт)	19%
Дополнительный сервис компании-поставщика (программы для расчета необходимого количества модулей и т.д.)	19%
Сила светового потока	14%
Бренд	7%

Важность фактора «Цена» при выборе и покупке LED-модулей.



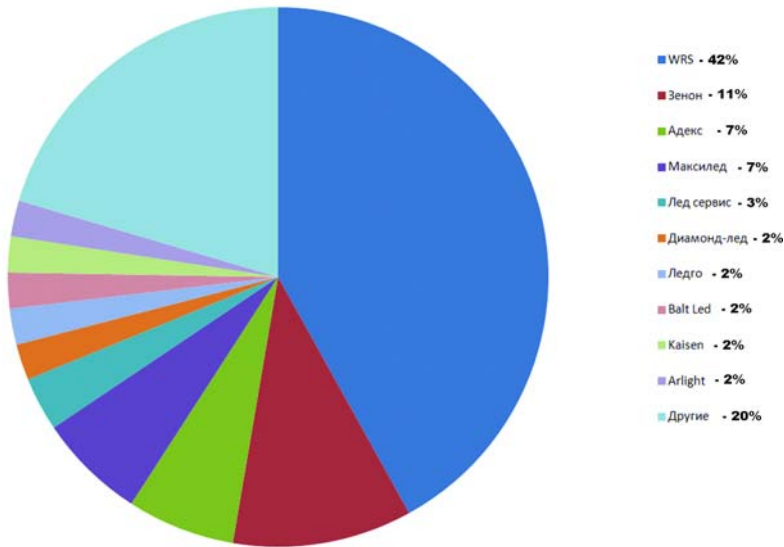
Не ценой единой?

Несмотря на сложившиеся в нашей стране внешние обстоятельства, при которых заказчики вывесок зачастую склонны отдавать предпочтение конструкциям с наиболее привлекательной стоимостью, фактор стоимости LED-модулей имеет первостепенное значение только для 25% из числа участников февральского опроса. Еще для 35% респондентов цена светодиодов является важным фактором. В сумме это дает 60%. Но, даже и в этом случае, фактор цены занимает в перечне из 15 ключевых параметров 12-е по важности место, иначе говоря, четвертое место с конца и уступает не только уже вышеназванным характеристикам, но и показателю световой эффективности, и силе светового потока, и долговечности LED-модулей.

Аутсайдеры рейтинга

Как оказалось в ходе подведения итогов исследования, на выбор в пользу тех или иных светодиодов бренд (торговая марка) источников света и дополнительный сервис влияют незначительно. Под дополнительным сервисом подразумеваются предлагаемые компанией-поставщиком программы для расчета необходимого количества LED-

В какой российской компании вы закупаете светодиодные модули чаще всего?



С каким брендом светодиодных модулей для вывесок вы предпочитаете работать чаще всего?



модулей для определенной вывески и другие сопутствующие поставкам светодиодов услуги. Так, бренд источников света имеет очень большое значение только для 7% участников опроса, дополнительный сервис со стороны поставщика — только для 19,48% респондентов. Первое можно объяснить спецификой отечественной sign-индустрии и принадлежностью ее участников к сегменту b2b. Второе — заметно возросшим за последние десять лет уровнем профессионализма российских РПК.

Топ-10 компаний-поставщиков LED-модулей

В ходе опроса респондентам также было предложено самостоятельно назвать компанию-поставщика, у которой они приобретают светодиодные модули чаще всего. Результаты представлены в диаграмме №1. Стоит заметить, что к привлечению респондентов ни одна из названных участниками опроса компаний не привлекалась. Очевидно, что в обратном случае были бы получены иные (возможно, более реалистичные, а возможно, даже менее достоверные, чем на этот раз) результаты. Кроме того, среди ответов участников опроса вообще не были названы некоторые предприятия, поставляющие LED-модули на российский рынок далеко не первый год. Еще 18 из компаний, не вошедших в первую десятку, были названы респондентами только по одному разу. Были даны и такие вариан-

ты ответов, как «закупаем светодиоды напрямую в Китае». Поэтому к данному рейтингу поставщиков следует относиться, во-первых, с учетом всех этих нюансов и поправок. Во-вторых — как к итоговой сводной (и не столь репрезентативной, как хотелось бы) диаграмме, построенной на ответах, которые были предоставлены по собственной инициативе узко ограниченным числом специалистов, пожелавших принять участие в нашем опросе.

Комментарии респондентов

Илья Тестов, компания «ЛазерСтиль» (Москва):

«Работаем с компанией Adex, используем светодиоды серии Adex Master. Проверено».

Андрей Гришечко, РА «Пеликан» (Новочебоксарск):

«Сотрудничаем с компаниями «Зенон — Чебоксары» и «Максилед» (Нижний Новгород). Причины — постоянное наличие на складе, цена и консультации специалистов, а также помощь в размещении светодиодов в изделиях и техподдержка (это касается пиксельных RGB модулей)».

Сергей Багильдинский, ООО «Фирма «Абрис»» (Чебоксары):

«Светодиоды покупаем в компаниях WRS и Maksiled. Это надежные, проверенные поставщики. Радеют за дело, дорожат имиджем своей компании, имеют собственные лаборатории, быстро откли-

каются на запросы и предоставляют возможность проконсультироваться со специалистами».

Виталий Безумов, компания 3D-Logo (Московская область, г. Раменское)

«В наших проектах используем светодиоды, которые поставляются компаниями Transistor и Adex. Причины выбора в пользу этих поставщиков — качественная продукция, всегда в наличии на складе, долгосрочное сотрудничество».

Ирина Котловская, компания «Фасад и интерьер» (Мурманск):

«Продукция, поставляемая компаниями WRS и LEDGO, отвечает всем нашим требованиям по надежности, яркости и гарантиям».

Владимир Гребенкин, РПК «Апельсин» (Иркутск):

«Светодиоды покупаем в VK LED Company. Качество и гарантия — на высоте!».

Юлия Мартынова, РПК «ИмиджГрупп» (Челябинск):

«В работе используем светодиоды серий ELF VIVO II, ELF MAX S, ELF SOL. Поставщик — компания WRS. Светодиоды ELF обеспечивают яркую однородную засветку, обладают высоким качеством, сопровождаются гарантией и дают возможность выделять вывески на фоне остальных».

Неон возвращается!

Компания WRS представила инновационный продукт — ELF NEONLINE — яркое светодиодное решение, воспроизводящее эффект неонowego свечения.



Производители рекламы со стажем помнят время бурного расцвета неона в наружной рекламе. Яркий, разноцветный, надежный — неон буквально залил яркими красками улицы городов России, до этого унылых, серых и безрадостных. В период с 1995 до 2005 года, как грибы открывались казино, игровые клубы, ночные клубы, торговые

центры и везде применялся неон. Только компания We R.SIGNS производила ежемесячно до 4 000 погонных метров неона! А потом начался расцвет светодиодных технологий, который наложил на запрет игорного бизнеса. И постепенно неон ушел с улиц и теперь встречается очень редко. Но потребность рынка в привлечении клиентов сохра-

нилась. И рынок ждал, когда появится решение, которое позволит заменить неон.

На выставке Реклама 2017 компания WRS представила инновационный продукт ELF NEONLINE. Новая технология объединяет в себе все преимущества светодиодных технологий и при этом выглядит практически неотличимо от неона.





ELF NeonLine — продукт, представляющий собой яркую качественную ленту, состоящую из 120 светодиодов 2835 класса А на погонный метр, помещенную в специальную герметичную оболочку из УФ-стойкого силикона. Изделие представлено в нескольких базовых цветах (белый, красный, пурпурный, розовый, оранжевый, желтый, зеленый, синий), а также в RGB. Рабочий температурный диапазон от -25 до 50 градусов по Цельсию.

Преимущества ELF NeonLine

Маговое покрытие всей силиконовой оболочки и плотно расположенные яркие светодиоды 2835 позволяют достичь равномерного свечения по всей длине светового шнура, делая его визуально неотличимым от прародителя — неона. К тому же герметичная оболочка ELF NeonLine, выполненная из УФ-силикона, абсолютно устойчива к УФ-воздействию солнечного света. Продукт можно отнести к слаботочным изделиям, так как его рабочее напряжение составляет 12В. Этот показатель делает Neonline достаточно надежным источником света в отличие от высоковольтных устройств, ведь напряжение в 220 В и внешняя агрессивная атмосферная среда — не самое лучшее сочетание факторов для высокой надежности любого устройства. В то же время использование рабочего напряжения 12В позволит с легкостью применять

весь диапазон соответствующих блоков питания, который широко представлен в ассортименте ELF.

Еще одним преимуществом ELF NeonLine является малая кратность реза, равная 15 мм, которая позволяет получать широкий спектр длин светового шнура, что очень удобно при создании любых элементов оформления. А использование катушек длиной 5 и 10 метров оптимизирует закупку, хранение и эксплуатацию ELF NeonLine.

Области применения ELF NeonLine

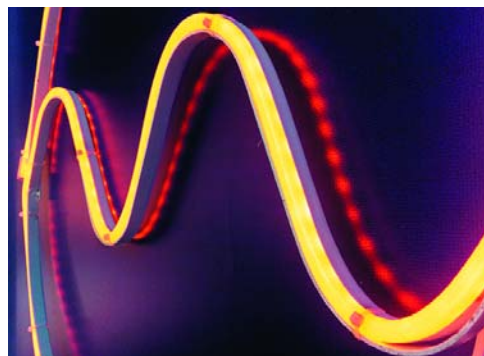
В отличие от настоящего неона светодиодная лента может легко перевозиться и монтироваться практически на любые поверхности и в любых объемах. Благодаря этому свойству Neonline отлично подойдет для архитектурной засветки периметров зданий, оформления козырьков АЗС, декоративного оформления башенных и портовых кранов, обозначения строительных площадок.

Эффектный внешний вид и короткий шаг реза делают Neonline незаменимым материалом для создания ярких вывесок и декоративного оформления входных зон.

Светодиодная лента в силиконовой оболочке легко монтируется с помощью пластиковых хомутов, монтажных клипс, может быть посажена в п-образный профиль или в отфрезерованный паз с помощью клея.

ELF Neonline — настоящая находка для рекламно-производственных компаний, которая позволит вернуться к производству рекламных винтажных вывесок, но на более высоком техническом уровне, а также выйти на новые рынки, связанные с архитектурным освещением зданий и оформлением городских праздников.

Подробную инструкцию по монтажу смотрите на сайте www.elf-light.ru



Электроника для рекламы. Сделано в России!

Российские инженеры меняют рынок рекламы и открывают новые перспективы для производителей рекламно-информационных конструкций.

У рекламщиков, которые делают вывески, сегодня есть большой выбор поставщиков различной светотехники. Подавляющая часть этой продукции изготавливается за рубежом в Китае. Именно там сосредоточились сотни или даже тысячи фабрик с современным оборудованием, высококвалифицированными инженерами, схемотехниками и электронщиками. На китайские выставки косяками едут закупщики из России, чтобы найти интересные новинки подешевле и потом продать подороже.

И кажется, что это наш путь. Путь быстрой прибыли и низкой ответственности. Сегодня заработаем, а завтрашний день нас не беспокоит, откроем новую компанию и заново пойдем по тем же клиентам. Но есть люди, которые имеют совсем другой взгляд. Которые строят собственное российское производство несмотря на все сложности и «горки» рынка. Яркий пример — известный производитель контроллеров для световой рекламы компания RUNLINE из города Зеленодольска Республики Татарстан. Мы побеседовали с основателем этой компании Алексеем Клеошкиным.

Алексей, как случилось, что Ваша продукция стала так популярна у российских производителей вывесок? Как Вы смогли потеснить китайцев?

Думаю, что вы даете нам большой аванс в этом плане. Нам до китайцев еще очень далеко. У них рынок сбыта — весь мир, и цена от этого очень низкая. Я создал RUNLINE более 11 лет назад. Мы занимались радиоэлектроникой, делая различные заказные разработки для клиентов. Своего серийного производства у нас тогда не было, только ручная пайка и сборка. Когда появлялись запросы на готовые изделия, мы размещали заказы у подрядчиков в Зеленограде, Казани, Новосибирске. К сожалению, мы постоянно сталкивались с проблемами качества и надежности. И когда появилась возможность закупить собственное оборудо-



Алексей Клеошкин, технический директор компании RUNLINE

ование, то мы сразу решили рискнуть, рассчитывая, что за счет качества сможем достичь определенного успеха.

А как Вы определяли, чем заниматься? Насколько я понимаю, сфер применения у электроники очень много.

Это был долгий путь, на котором мы прошли множество испытаний и заработали хороший опыт. Мы были далеки от рекламы, работали с производителями бытовой техники, автобусов, автомобилей, делали электронику для «умных» домофонов, систем связи и обработки видеосигналов. Реклама сама нас нашла. Один из клиентов попросил сделать табло для автобусов с названием маршрута и списком остановок. Заказ был для нас интересным, и работа была сделана достаточно быстро. По итогам клиент оплатил разработку, но для серийного производства у нас тогда не было ресурсов, и заказ ушел. Но идеи все остались, тогда мы сделали свои первые бегущие строки. Кстати, многие из тех строк до сих пор работают. Были и другие индивидуальные за-

казы от рекламщиков. А потом мы создали первый серийный программируемый контроллер КП USB 8-6A, который стал прообразом линейки современных доминаторов. Сейчас в нашей линейке более 20 видов программируемых и непрограммируемых контроллеров.

Сейчас рекламный рынок для Вас — это основное направление?

Не совсем так. Мы активно работаем с производителями бытовой техники, делаем решения для РЖД и т.д. Но я бы сказал, что рекламный рынок для нас самый творчески интересный.

Можете сформулировать основные отличия Вашей продукции от конкурентов?

Тут несколько основных моментов. Первое — это то, что не видно неискушенному потребителю. Я говорю о схемотехнике, качестве комплектующих, контроле на всех участках производства печатных плат. Наши контроллеры при правильной эксплуатации должны работать годами без зависаний и каких-то лишних вопросов. То есть вы установили изделие, настроили, программу загрузили, а дальше оно работает само без вашего участия. Отдельно отмечу, что наше программное обеспечение полностью на русском языке.

И второе — компания RUNLINE, как партнер. Мы всегда на связи, мы готовы откликаться на любые вопросы клиентов. На каждой коробке с контроллером есть наш телефон. Мы готовы вносить изменения в наши продукты и ПО, если видим недостатки. Мы помогаем делать сложные проекты, разрабатываем новые решения.

А что насчет надежности?

Надежность — это моя ежедневная забота. Мы внедрили на предприятии систему качества ISO-9001. В компании создана рабочая группа, которая проводит испытания всей нашей продукции. Ее задача — любой

ценой вывести изделие из строя: пробой на искру, заморозка и разморозка, тряска ультразвуком, испытания в климатической камере, специальные стенды для нагрузочных тестов и т.д. Мы тратим очень много ресурсов для того, чтобы быть уверенными в наших контроллерах. Мы производим ежедневно десятки тысяч различных контроллеров и блоков управления для бытовой техники. Наша компания также работает с РЖД, где наши платы передачи сигналов используются в системах управления движением. Там надежность превыше всего.

Как Вы оцениваете вашу долю на рынке?

Среди профессиональных клиентов, которые делают сложные проекты, думаю, что минимум 30 — 40%. Но есть много тех, кто еще о нас не знает или не хочет работать с российским производителем. Так что есть еще к чему стремиться. Мы делаем интересную разработку к выставке «Реклама-2018» и к SIGNForum-2018.

А что это за разработка?

Если образно, то мы решили создать «мастер-контроллер» на базе стандарта DMX. Фактически этот контроллер один сможет заменить сразу несколько наших старых моделей по своим возможностям.



Контроллер программируемый, серии DOMINATOR

Также потенциально это позволит существенно расширить спектр применения, особенно при реализации подключения внешних датчиков. Это может быть интернет вещей, системы автополива, системы вентиляции и т.д.

Есть ли у Вас какие-то патенты и уникальные разработки?

У нас более 10 патентов на полезную модель и свидетельств на программы ЭВМ, но, к сожалению, это не дает нам каких-то преимуществ. Ко многим нашим разработкам пока рынок не готов. Например, весь мир говорит о вреде светового загрязнения, что на людей плохо влияет избыточ-

ное ночное освещение. Мы разработали и выпустили контроллер-автодиммер, который автоматически управляет яркостью вывески, в ночное время уменьшая ее на 50%. Но пока какого-то большого спроса не видим. Но возможно, еще не пришло нужное время.

Какие перспективы Вы видите в отрасли наружной рекламы на ближайшее время?

Главное, не бояться делать нестандартные проекты. Анимированные вывески всегда работают лучше. Если запрещают анимировать вывеску на фасаде, можно это делать в интерьере или витрине. Всегда нужен нестандартный подход. Конечно клиенты это ценят. Также для нас важно начать изготавливать непосредственно световые элементы. Первый наш опыт — это микростробоскопы и мини-стробоскопы. Уникальная российская совместная разработка с рекламщиками из г. Братска.

А сейчас мы очень продвинулись в производстве светодиодных линий для медиа-фасадов и архитектурной подсветки с шагом 25 мм. И думаем про более крупный формат видеомодулей для фасадной декоративной подсветки.

www.runline.ru

реклама



Светодиодная продукция ФАКЕЛ УЖЕ НЕ В МОДЕ!



СВЕТОДИОДНЫЕ МОДУЛИ
ECONOM / STANDART / PREMIUM
БЛОКИ ПИТАНИЯ

8-800-770-03-15
www.vkled.ru

Хотите стать дилером и покупать дешевле? Пишите: diler@vkled.ru

Оборудование для планшетной резки: нюансы выбора

Практический взгляд на производительность, скорость и точность современных режущих плоттеров.

(Продолжение. Начало — в №110 журнала «НАРУЖКА. Издание для производителей рекламы» за февраль 2018 г.)



*Виктор Миленин,
специалист по режущим комплексам.*

Продолжим наш разговор о производительности. Итак, для потребителя важна производительность, которая определяет реальное время исполнения заказа на конкретном оборудовании. Посмотрим на процесс раскроя материала с этой точки зрения.

Прежде всего, материал необходимо подать в рабочую зону плоттера. После этого запускается собственно выполнение задания — теперь работает сам плоттер.

Когда задание выполнено, необходимо освободить рабочую зону для раскроя следующего листа. Обычно эту работу выполняет оператор: берет лист из штабеля и кладет его на стол машины, выравнивает; затем снимает со стола готовые заготовки и отходы. В это время цифровой плоттер простаивает в ожидании момента, когда человек выполнит свою часть работы.

С такой организацией труда можно мириться, когда загрузка плоттера невелика, когда работа состоит в основном из небольших неповторяющихся заданий или же если длительность обработки задания режущим оборудованием настолько большая, что время, затраченное на вспомогательные операции, можно не рассматривать как серьезные потери.

Но как бы то ни было эти вспомогательные операции следует считать одним из основных источников снижения производительности оборудования: оператор должен ждать машину, а не наоборот. При этом заметим, что качество управления станком (реализацию системы управления станком) также следует рассматривать как источник снижения потерь времени, а соответственно — повышения производительности. Но об этом аспекте поведем речь позже.

Основное устройство, разработанное для уменьшения потерь времени при подаче и съеме материала со стола плоттера и, соответственно, повышения производительности, — это конвейерная система подачи, пригодная как для рулонных, так и листовых материалов. Но помните, каждая опция стоит денег, поэтому вопрос выбора конфигурации конвейерной системы не настолько прост, как может показаться. Да, важно понимать, что конвейер также дает возможность выкраивать детали, длина которых больше длины рабочей зоны. И хорошая конвейерная система подачи практически не ограничивает длину чертежа-выкройки.

На рисунке выше приведена схема «полной» конвейерной системы подачи материала — «полной», потому что в зависимости от задач, которые должна решать система

подачи, могут быть и другие, более простые конфигурации (комбинации) конвейерной системы.

Все достоинства конвейерной системы подачи вытекают из той ее конструктивной «особенности», что единая конвейерная лента охватывает все зоны. При передвижении конвейерной ленты вперед материал из зоны загрузки (подачи) перемещается в зону раскроя (рабочую зону), а готовый край из рабочей зоны — в зону выгрузки. Таким образом, плоттер работает непрерывно и не ждет оператора, поскольку за время, необходимое для раскроя материала в рабочей зоне, можно тем или иным способом подать материал в зону загрузки, а в зоне выгрузки — собрать готовый край и убрать отходы. Минусами этого варианта повышения производительности являются:

- увеличение стоимости оборудования;
- для размещения плоттера требуется гораздо больше места, что видно из схемы.

Коротко рассмотрим значение и необходимость каждой зоны конвейерной системы подачи.

1) Зона подачи, без вакуума

Она явно необходима для листовых материалов, но ее наличие при подаче материала из рулона будет определяться только

технологией работы. Понятно, что лист можно класть и на приставной стол, имеющий скользкую поверхность, но в этом случае оператор всегда в строго определенное время должен быть рядом, чтобы толкать лист на стол плоттера, где балка прижмет материал к ленте и потащит в зону резки. При наличии конвейерного стола подачи все происходит автоматически и, более того, несложное устройство из двух упоров (перед листом и сбоку — см. рис. ниже) позволит подавать все листы строго в одно и то же место в зоне раскроя, одновременно решая задачу привода раскроя (без камеры) к напечатанному изображению.

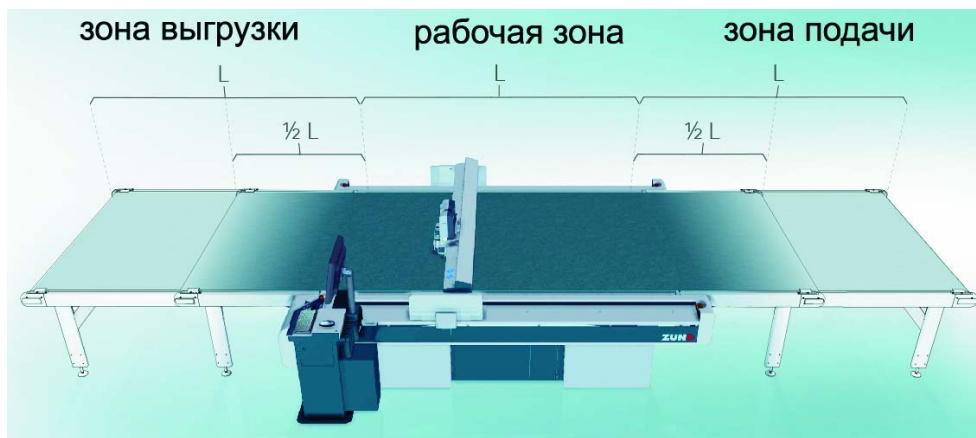
При подаче рулонных материалов зона загрузки в принципе не нужна — для лучшего выравнивания материала и устранения складок требуется небольшой промежуток между линией входа материала на конвейер и зоной резки. Для этих целей в зависимости от типа материала также используются прижимные ролики и устройства разметки соответствующей сложности.

Зона подачи может потребоваться, если необходимо произвести инспекцию качества ткани или сделать «ручную» раскладку лекал на материал перед раскроем.

2) Рабочая зона, фиксация материала генератором вакуума (турбина или насос)

Посмотрим, на какие конструктивные решения в данном случае следует обращать внимание. Перемещение конвейерной ленты осуществляет, как правило, портал (балка) плоттера. И это понятно — механически «сохраняется» начальная точка раскроя. Сзади портала устанавливается или планка с пневмоцилиндрами, или же несколько пневмоцилиндров-прижимов.

Если обрабатываются только листовые материалы, то чаще применяются прижимы, но для подачи рулонных материалов правильно уже использовать планку. В принципе планка считается универсальным прижимом, пригодным как для гибких, так и жестких материалов. Когда раскрой в окне (кадре) рабочей зоны завершен, портал переезжает в конец стола и, например, планка прижимает материал к ленте конвейера. Далее портал движется вперед к началу зоны и тащит за собой ленту и материал. Практически всегда силы прижима материала цилиндрами к ленте и силы трения между поверхностью ленты и прижатым материалом хватает для того, чтобы подача происходила без проскальзывания и потери точности. Если для создания разрежения используется вакуумный насос, то



могут быть добавлены полезные опции, такие как:

- реверс потока, когда насос продувает снизу ленту с прижатым материалом, дополнительно усиливая прижим материала к ленте и снижая трение перемещения конвейера по столу;

- по завершении подачи производится несколько циклов реверса, лента и материал поддуваются вверх, а потом прижимаются к столу; такая процедура существенно снижает возможность возникновения складок на материале.

На что еще следует обратить внимание? Основная нагрузка при подаче материала ложится на привод портала, а именно двигатель (двигатели) привода. И если конвейерная лента широкая и/или длинная, то стандартного двигателя привода портала может оказаться недостаточно: он будет постоянно работать с перегрузкой. Для устранения этого негативного «эффекта» производители могут предлагать установку дополнительного двигателя (или нескольких двигателей) для непосредственного привода самой ленты, что даст возможность разгрузить привод балки. Нужен ли дополнительный двигатель, где его лучше установить (спереди или сзади) — это должны определить и объяснить специалисты поставщика.

3) Зона выгрузки, без вакуума

Назначение зоны понятно, необходимость ее установки/покупки можно обсуждать — здесь многое зависит от вашего бюджета. Плюсы понятны: автоматическая подача без участия оператора в зону выгрузки, откуда в любое время, пока работает резак, оператор может забрать готовые детали и отходы.

Но, если бюджет не позволяет, можно просто поставить стол, поверхность которого чуть наклонена от плоттера, чуть ниже высоты его поверхности и имеет понижен-

ное трение. Такое решение, как бы то ни было, будет требовать от оператора больше внимания.

Общие замечания

Необязательно применять конвейерные расширители такой же длины, какую имеет рабочая зона: в зависимости от типов материалов и специфики изделий достаточно бывает использования коротких столов для зон подачи и выгрузки, например в половину длины рабочей зоны.

Хорошая лента конвейера — это многослойная конструкция, обеспечивающая прочность и гибкость, а также равномерную толщину, т.е. она не может стоить дешево. Но, как бы то ни было, это расходный материал.

При использовании конвейерной системы подачи возрастает значение плоскостности стола: лента намного более дорогой материал, чем просто лист подложки. Поэтому важно, как точно может быть выставлена поверхность стола при пусконаладке или как обеспечивается плоскостность, а также как можно скорректировать неровность стола, возникшую при эксплуатации. Если поверхность конвейера неровная, то придется нож опускать ниже, чтобы материал прорезался насквозь и во «впадинах», а это влечет за собой повышенный износ ленты.

Конвейерное кольцо получается за счет склеивания ленты по торцу, т.е. это толщина всего 3 — 5 мм. Если склеиваемый стык — прямая линия, то все зависит от качества клея, если стык типа «ласточкин хвост», то прочность стыка дополнительно обеспечивается механически — возрастает длина линии стыка и сам характер линии усиливает прочность на растяжение. Но при использовании ласточкиного хвоста увеличивается ширина зоны стыка, в которой качество кроя может быть плохим.



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ

3М Россия

+7 (495) 784-7474

www.3mrussia.ru

Компания 3М — производственная корпорация, выпускающая решения для электроники, энергетики, здравоохранения, безопасности, промышленности и товары для дома.

Prizmix

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

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

WRS

+7 (495) 363-9339

www.wrs.ru

Листовые материалы, трим, тубинг, Уретан высокой плотности Sign Foam.

ГК «Континент»

8 (800) 100-6837

<http://kontinent.info/>

Широкий ассортимент высококачественных материалов для производства рекламы — листовые пластики, самоклеящиеся пленки, материалы для широкоформатной печати, а также все сопутствующие товары.

ДЕСТЕК

+7 (495) 517-9332

www.destek.ru

www.plexiglas.net

Производство и продажа органического (акрилового) стекла Plexiglas (г).»Более 50 цветов. толщины от 1.5 до 160 мм. Большой ассортимент листов, блоков, труб и стержней Plexiglas (г). Оперативное производство нестандартных размеров и цветов «под заказ».

РуссКом

8 (495) 785-5805

russcom.ru

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

где купить

Смарт-Т

+7 (495) 663-9111

www.smart-t.ru

Чернила и материалы для струйной печати.

Технографика

+7 (495) 225-5043

www.t-g.ru

Чернила для UV, экосольвентных, сольвентных принтеров. Рулонные материалы для печати. Листовые материалы для лазерной гравировки. Материалы для термотрансферного переноса Forever, Nexis. Режущий инструмент для каттеров, фрезеров.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

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

Roland

+7 (985) 253-5070

www.rolanddg.ru

Широкоформатные принтеры, режущие плоттеры, гравировальные и фрезерные машины, чернила, программное обеспечение.

WRS

+7 (495) 363-9339

www.wrs.ru

Фрезерно-гравировальное оборудование Multicam, оборудование для обработки материалов с ЧПУ Anderson, станки для металлообработки.

ГК «Континент»

8 (800) 100-6837

<http://kontinent.info/>

ГК Континент — ведущий поставщик оборудования для рынка рекламы, полиграфии и упаковки, а также комплектующих и расходных материалов к ним.

ОктоПринт Сервис

+7 (495) 789-8081

www.oktoprint.ru

www.zuend.ru

Цифровые планшетные режущие плоттеры Zund.

РуссКом

8 (495) 785-5805

russcom.ru

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

Смарт-Т

+7 (495) 663-9111

www.smart-t.ru

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

Технографика

+7 (495) 225-5043

www.t-g.ru

Планшетные и гибридные UV принтеры, рулонные экосольвентные и сольвентные принтеры, станки с ЧПУ, цифровые режущие комплексы, режущие рулонные плоттеры, лазерно-гравировальные станки, ионизаторы, электрографические принтеры OKI, термопрессы. Сервис, обучение.

СВЕТОТЕХНИКА**RUNLINE**

+7 (843) 200-9506

www.runline.ru

Программируемые и непрограммируемые контроллеры серии Dominator и KC.

Автореле, микро и мини стробоскопы, медиафасады и светодиодные линии для архитектурной подсветки.

WRS

+7 (495) 363-9339

www.wrs.ru

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

НАРУЖКА >
издание для производителей рекламы

приглашает в конференц-тур
с посещением крупнейшей в Европе
выставки технологий цифровой печати
FESPA GLOBAL PRINT EXPO,
а также выставки визуальной рекламы
EUROPEAN SIGN EXPO



МИНСК отраслевая конференция **БЕРЛИН** выставки
+ экскурсионная программа и посещение производств
12-17 мая 2018

Подробности на портале www.signbusiness.ru