

ВСЕ ПОНЕМНОГУ!

О пути развития молодой столичной типографии оперативной печати «Абрис-Принт» рассказывает директор по развитию бизнеса

Сергей Водопоьянов

Анастасия Кольцова, «ДТ»

Персонализация офсетной продукции, печать книг «по требованию», изготовление персонализированной продукции, пластиковых карт, эксклюзивных визитных карточек, CD-дисков, открыток, выполнение услуг для офсетных типографий по промышленному тиснению, высечке и ламинации – далеко не полный список того, что умеют делать в «Абрис-Принт». Но куда более удивительно, что это многообразие услуг выполняется силами весьма немногочисленного штата (25 человек) и скромного парка техники. Обо всем этом – в интервью главного креатора компании Сергея Водопоьянова.

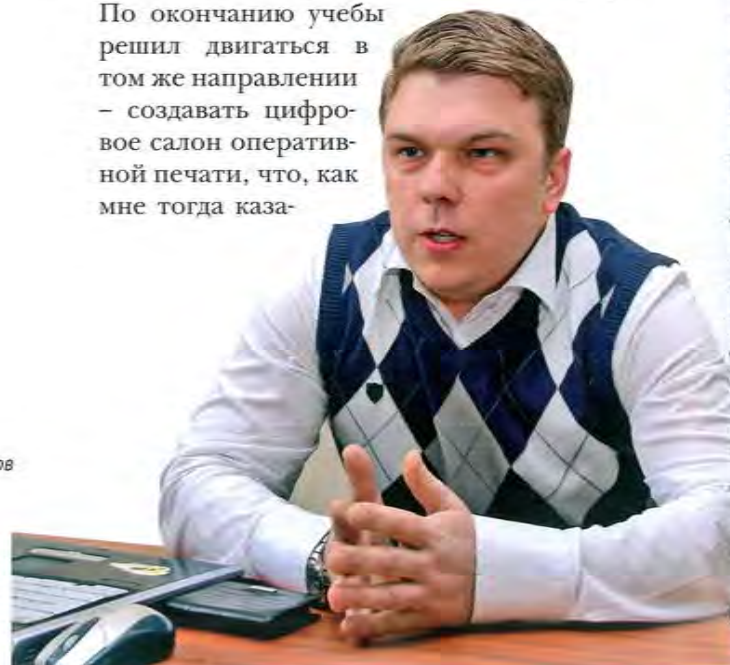
Как все начиналось

В конце мая 2010 года де-факто типографии исполняется три года. Я горжусь тем, что за столь непродолжительное время, стартуя фактически с нуля, нам удалось построить устойчивый и конкурентоспособный бизнес, а также сформировать отличную команду единомышленников.

Начиналось все с огромного желания заниматься чем-то своим. На тот момент мне было всего 24 года. Это сейчас я могу позволить себе не скрывать возраст, но в

начале пути, для солидности, все время хотелось прибавить год-другой и себе, и компании (улыбается). Получая два высших образования (техническое и юридическое), честно признаться, даже не думал связывать свое будущее с полиграфией. Но так сложилось, что, будучи студентом второго курса, я подрабатывал верстальщиком для одной консалтинговой компании и отвечал за полиграфическое исполнение разнообразных маркетинговых материалов. Так появился первый опыт в этой сфере. По окончании учебы решил двигаться в том же направлении – создавать цифровое салон оперативной печати, что, как мне тогда каза-

► Сергей Водопоьянов



лось, не требовало большого стартового капитала. Все начиналось с офисного копицентра на базе нескольких принтеров. При наличии огромного желания и упорной работе оттолкнуться можно и от такого небольшого трамплина.

Короткое замыкание

В полиграфическом бизнесе, в том числе в цифровом сегменте, очень важен комплекс услуг, которые ты можешь оказывать. На нашем конкурентном рынке практически нереально найти вакантную нишу, но можно занять место, в котором существует дефицит предложений (качества, оперативности) и постепенно расширять занимаемое пространство. В результате очень важно добиться некой квинтэссенции между имеющимся в наличии оборудованием и отточенными до автоматизма технологиями производства той либо иной продукции, которую ты выводишь на рынок. На примере, «Абрис Принт» – это персонализация офсетных тиражей либо печать переменных данных. В то же время подобная продукция, как правило, требует дальнейшей промышленной ламинации либо нанесения УФ-лака, предполагает scratch-панель, а в 90% еще и высечку и сложную упаковку. При выполнении даже части процессов в разных типографиях сильно возрастает вероятность брака, срыва сроков сдачи продукции и, как следствие, – потери заказчика. Надо замыкать цикл.

Те же пластиковые карточки можно напечатать как минимум тремя способами: офсетным, цифровым и трафаретным. Но для непрерывного качественного производства крайне важно иметь весь спектр как печатного, так и постпечатного оборудования, такого как: пресс-ламинатор, качественный вырубщик, термосублимаци-

онный принтер (для персонализации офсетных и трафаретных тиражей), эмбоссер, типпер, кодировщик магнитной полосы, оборудование для выполнения тиснения либо нанесения специфических панелей для подписи и Scratch-панели. С покупкой в этом году эмбоссера Matica Z3i у компании «Техкардсервис» мы полностью замкнули цикл по производству пластиковых карт. Стоимость этого небольшого устройства (помещается на половине офисного стола) составляет \$12-15 тыс., но с его помощью можно выполнять все перечисленные выше специфические операции – эмбоссирование, типпирование, кодировку магнитной полосы. Пластик покупаем напрямую у китайских производителей, иногда кооперируясь с другими производителями пластиковых карт.

Для дальнейшего развития данного направления я подумываю о покупке промышленного рулонного плоттера для печати по пластику, но пока, для существующих объемов, и обычных струйных принтеров Epson R270 в количестве 12 штук вполне достаточно. Стоимость такого принтера – порядка \$200, ресурс – 20-30 тыс. листов А4. С их помощью мы легко конкурируем с основными производителями пластиковых карт в Украине, изготавливая дисконтные, страховые, клубные, идентификационные, заправочные и другие карты тиражами от 500 до 5000 шт. Ежемесячный объем производства – около 50 тыс. шт., стандартное время изготовления 500-1000 карт, отпечатанных цифровым способом, – 3-5 рабочих дня, трафаретным – 5-7 дней.

Недорогое оборудование – лучший способ «прощупать» нишу, обзавестись клиентами, «прочувствовать» и отладить технологию. Стартовав с покупки промышленного оборудования, мы вряд ли бы преу-



О КОМПАНИИ

Типография «Абрис-Принт» (г. Киев)
Владелец: Сергей Водольнов.
Дата основания: ноябрь 2006 г.
Основные услуги и продукция: цифровая, трафаретная, печать переменных данных; книги по требованию, эксклюзивные визитки, открытки, пластиковые карты, брендрование сувенирной продукции, CD- и DVD-диски.
Ключевые клиенты: Национальный авиационный университет, рекламные агентства Promotion Technologies и RS company, ООО «Беннинг Пауэр Электроникс», «Бейлс Украина», АБ «Укргазпромбанк», «Корпорация Инком», СК «Индиго», Samsung (Украина), Hilti (Украина), Комитет Государственных премий Украины, авиакомпания «Роза Ветров».
Производственные мощности:
 пресс: ADAST Dominant 725, Romayor 315 (2 ед.), Konica Minolta: Bizhub PRO C6501, Bizhub PRO C6500, Bizhub C450, 7155 (3 ед.) и 7085 (2 ед.), полуавтомат для трафаретной печати HA 3550 и ручное оборудование, полуавтомат для тампопечати Marlock;
 постпресс: ламинаторы Exelam 355, YDFM 720, термобиндер CB 970V6 Plus, резак Ideal 6550-95, Ideal 4700, БР 72; листоподборочная линия Duplo, фальцовка Morgana Major Folder, пресс для горячего тиснения TC-800T, тигель ML 750, позолотный пресс TUMK 720, режущий плоттер Graphtec CE6500Mk2.
Штат: 25 человек, из них производственников – 15.
Площадь помещений: 500 м² (аренда).
Годовой оборот (без бумаги): 10-15 млн грн.

спели. Кстати, на этих же принтерах печатаются CD и DVD-диски, и хотя цветовой охват в этом случае сложно предсказать, для нанесения простых изображений они вполне подходят. Мы долго экспериментировали с чернилами, пластиком, профилированием и добились неплохих результатов. В дальнейшем диски лакируются методом трафаретной печати: у нас три ручных и один полуавтоматический станок, на которых и выполняются работы по нанесению УФ-лака, Scratch-панели, панели для подписи.

Цифровая печать

Konica Minolta BizHub C450 – первая цифровая машина, которая появилась в нашей типографии. На сегодня ее ресурс приблизился к 500 тысячам отпечаткам, и я по-прежнему доволен выбором. Последующие машины – полноцветные Konica Minolta Bizhub PRO C6500 и Konica Minolta Bizhub PRO C6501, три ч/б аппарата Konica Minolta 7155 и две Konica Minolta 7085 – покупались по аналогии по нескольким причинам. Во-первых, ты уже знаешь оборудование и расходные материалы, умеешь его обслуживать собственными силами в любое время суток. Во-вторых, наличие дублирующих мощностей позволяет опытным путем обнаружить причину неисправности и оперативно ее устранить. Наконец, это позволяет выполнять несколько заказов одновременно. По качеству и себестоимости отпечатка, что техника Хехо, что

Konica Minolta примерно одинаковы, так что при выборе основную роль играют финансовые условия, которые может предложить поставщик, и личные рекомендации коллег. По крайней мере, с первой нашей покупкой было именно так, а потом менять отличные партнерские отношения с поставщиком не было смысла.

Промышленная система Konica Minolta Bizhub PRO C6500 появилась в компании после года работы на первой системе «офисного» класса. На сегодня это флагман нашего цифрового производства. Коллеги часто спрашивают у меня, чем так сильно отличаются машины, что одна стоит в районе \$10 тыс., а вторая – \$70 тыс. Дело не в том, что Bizhub PRO C6500 имеет несколько больший, чем с C450, формат и производительность (65 стр. А4/мин. против 45 стр. А4/мин). Машина поддается профилированию, обеспечивает повторяемость работ и точность цветопередачи, цвет стабилен на всем тираже, отлично справляется с фактурными и дизайнерскими бумагами, хорошо печатает на оракале и самый главный плюс, как для нас, – позволяет персонализировать офсетную продукцию. Немаловажна и точность позиционирования: персонализировать тираж с максимальным допуском +/- 1 мм на Bizhub C450 с ее стандартной погрешностью в несколько миллиметров, особенно при печати дуплексов, нереально, а Bizhub PRO C6500 такие работы по силам.

Вторую свою Bizhub PRO C6501 мы купили на вторичном рынке всего пару месяцев назад. Ее пробег – около 1 млн и, думаю, уже к середине мая, после тщательного восстановления, она впряжется в работу вместе с существующими «ветеранами». Машину брали сугубо для ч/б персонализации офсета.

Имеет ли смысл покупать б/у цифровую технику? Мой ответ – да. Ресурс машин, заявленный производителем, – 5 миллионов оттисков, но при правильном обслуживании и использовании оригинальных расходных материалов, уверен, они способны и на большее. По крайней мере, на счетчике нашей ч/б Konica Minolta 7155 (SRA3, 55 стр. А4/мин., ресурс – 5 млн отт.) значится уже 3 млн 700 тыс. оттисков и она по-прежнему в рабочем состоянии. В Европе такая машина с пробегом около миллиона обойдется в сумму до \$10 тыс., в то время как новая, серии Bizhub PRO 1051, стоит около 400 тыс. грн. Я вижу резон экономить. Сейчас, имея одну машину Konica Minolta 7155 и два аппарата 7085 (SRA3, 85 стр. А4/мин, ресурс – 30 млн А4), мы в ряде случаев успешно конкурируем с дорогим цифровым оборудованием. Например, во время выборов по городу «гулял» заказ на персонализацию

30-40 млн бюллетеней для ЦВК. К нам он так и не попал, но, обсуждая с коллегами проект, пришли к выводу, что, объединив мощности трех компаний (12 цифровых систем разного класса), сможем предложить конкурентную цену, многократное резервирование, надежность и, конечно же, сдачу тиража в срок. Из реализованных проектов могу назвать акционные колоретки для «Черниговского пива» – персонализация 100 млн экз. выполнена моими коллегами на аналогичных машинах. Ч/б персонализация по офсету на дорогих цифровых системах – работа неблагодарная: техника от графопыла портится, да и рентабельность невелика. Например, у нас ч/б персонализация 1000 стр. ф. А3 обойдется в 750-1000 грн (в зависимости от сложности базы), тогда как у моих коллег на оборудовании класса HP Indigo либо Presstek работа будет стоить не менее 1500-2000 грн. Мы уже набрали руку на подобных заказах и печатаем даже на бумаге и картоне плотностью до 350 г/м² и 300 г/м² соответственно, в т.ч. дизайнерских материалах.

О планах на постпресс и офсет

В этом году мы переехали в новый офис площадью 400 м² – по-

ближе к центру и к нашим основным клиентам. На старой площадке (100 м²) осталось офсетное оборудование (ADAST Dominant 725 и два Romayor 315) и некоторый постпресс. В планах на ближайший год значится, прежде всего, развитие послепечатного направления: покупка второго промышленного ламинатора YDFM 720 у компании «Анкор», возможно, второго тигеля ML 750 и позолотного прессы TUMK 720 у компании «Виктория Трейдинг», а также автоматической линии УФ-лакирования. Сушка для нее, вероятно, будет украинская, а по самой машине сейчас ведем переговоры с компанией «НИССА Украина» (Sakurai). Думаю, к осени эти планы уже реализуются.

В развитии возможностей постпечати я вижу первую ступеньку для серьезного выхода на рынок офсета. Мы и сейчас немало работ по печати выполняем по субподряду, и как только их количество достигнет критической массы – приобретем собственную машину. Возможно, это будет и производительная цифровая система класса HP Indigo, но пока я больше склоняюсь к традиционному офсету формата В2. **дт**

