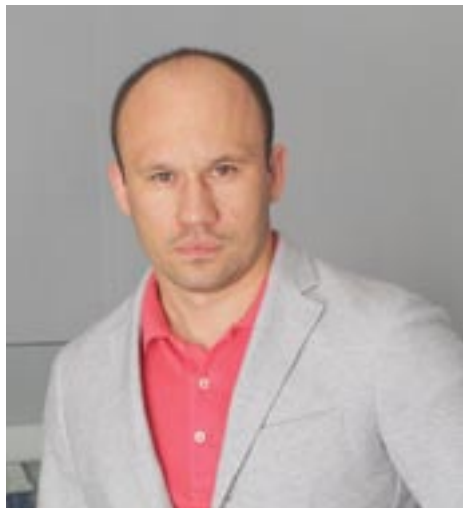


Название обязывает, или Люксовый сегмент упаковки



Александр Леонов,
генеральный директор,
типография «ЛюксУпак»
[Тверь]

влекательная для многих типографий. Но процесс развития происходит и в них, и за этим очень интересно наблюдать. Не так давно мы посетили еще одну упаковочную типографию в Твери — «ЛюксУпак». О ее специализации рассказал генеральный директор типографии Александр Леонов.

В полиграфический бизнес Александр попал более 15 лет назад в качестве сотрудника одной из типографий, которая печатала несложную картонную упаковку. Спустя некоторое время с коллегами решил создать собственную компанию. Первым, что купили, был стоп-цилиндровый пресс для высечки и кое-какое вспомогательное оборудование. Таким образом определилось направление работы — производство упаковки. Типография постепенно развивалась, оборудование менялось на более совершенное и производительное. И разумеется, упаковка становилась более качественной и сложной.

Следующим этапом развития стало создание новой компании, получившей название «ЛюксУпак», что и определило тенденцию развития бизнеса: «После стоп-цилиндровых прессов мы начали приобретать более совершенное оборудование, в первую очередь, конечно, печатное. У нас постепенно были установлены машины серии Planeta, что позволило начать работу над качественной цветной упаковкой. Потом понадобился серьезный вырубной пресс, фальцесклеивающее оборудование, машина для нанесения УФ-отверждаемого лака и т. д.» Постепенно относительно небольшая компания стала довольно крупным производителем картонной упаковки с широкой географией поставок: «В основном, конечно, мы работаем с местными пищевыми производствами, но при этом у нас много заказчиков и из Москвы, Санкт-Петербурга и ряда крупных областных центров: Белгород, Орел и т. д. Мы видим очень высокую потребность в упаковке.

Печать картонной упаковки составляет большой процент всего объема российской полиграфии. На первый взгляд, это достаточно несложная технология, а потому при-



Во время нашего визита в типографию там велся монтаж пятикрасочной гибридной машины с лакировальной секцией KVA Rapida 105. В честь этого события директор по рекламе ББА РУС Анна Перова вручила Александру Леонову почетный диплом



Не так давно в «ЛюксУпак» смонтирован первый в России допечатный комплекс на базе выводного устройства Kodak Achieve. Вывод форм в типографии ведется на беспроцессные пластины Kodak Sonora

Приходится работать очень оперативно, как пожарным, и это позволяет нам оставаться привлекательными для заказчиков».

Несколько лет назад закончился этап развития компании — она стала заметной фигурой на рынке картонной упаковки, в связи с чем был сформирован новый план развития, который подразумевает выход ее на новый уровень: «В свое время компанию было решено назвать именно «ЛюксУпак» — упаковка класса люкс. Изначально целью было производить упаковку высочайшего качества со всеми вариантами отделки. Мы к этому стремимся, модернизируем оборудование, развиваемся. Я уверен, что в скором времени мы достигнем поставленной цели. Не случайно говорится: «Как вы яхту назовете, так она и поплывет». Первые шаги в этом направлении уже сделаны: в компании установлены две самые современные единицы оборудования, которые позволят перейти на новый уровень производительности и качества продукции.

Первой покупкой стал современный допечатный комплекс Kodak Achieve, причем он сознательно был приобретен без проявочной машины, что предполагает использование беспроцессных пластин Sonora. И выводной комплекс, и пластины в типографию поставила компания «НЦ Лоджистик» — официальный дистрибьютор компании Kodak на территории РФ. «Еще в то время, когда я задумывался о приобретении CtP, разумеется, я анализировал различные другие предложения альтернативных производителей данного оборудования. У меня всегда была идея иметь в производстве готовую цифровую форму и сразу использовать ее на печатной машине. Мои мысли, как мне кажется, услышали в компании Kodak и изобрели такую технологию. В итоге у нас первый в России Kodak Achieve. Это не самая старшая модель в линейке, но для таких производств, как наше, она подходит идеально. У нее не максимальная производительность, но нам сейчас нужно 3–5 комплектов пластин в день, с чем оборудование справляется легко, а при необходимости можно намного больше. У этой модели ручная загрузка, но нам ее достаточно. У нас небольшая загрузка по допечатным процессам, со всем легко справляется один оператор. В типографии нет лишних производственных площадей, поэтому мы сознательно выбрали вывод без проявочной маши-

ны. И с пластинами Sonora все отлично получается. Во-первых, мы сэкономили немалую сумму на проявочном процессоре, во-вторых, не нужно приобретать химию для обработки пластин, а это также дополнительные затраты. В-третьих, не нужно утилизировать химию или сливать ее в канализацию. И в-четвертых, мы имеем стабильный, по сути, «двоичный» формный процесс, при котором пластины всегда получаются как надо. Раньше мы использовали аналоговый процесс изготовления форм с использованием фотопленок, но после установки комплекса Kodak Achieve поняли: можно работать совсем на другом уровне. Персонал воспринял эту установку на ура, обучение прошло молниеносно. Во многом это произошло потому, что все очень доступно, просто и современно, а значит, не может вызывать никаких сложностей. На устройстве всего две кнопки: красная и синяя, форму поставил — форма готова. Оборудование Achieve гораздо проще в использовании, чем любой другой традиционный способ изготовления пластин».

Другой важнейшей инвестицией в развитие компании стала установка новой печатной пятикрасочной машины KBA Rapida 105 с секцией лакирования. Машина в интересной конфигурации с возможностью печати как масляными, так и УФ-отверждаемыми красками. Лакирование также возможно как водными, так и УФ-отверждаемыми лаками, а благодаря пятой секции возможно использование и двойных лаковых эффектов, например drip-off. Весь монтаж в типографии проводят инженеры КБА РУС, с соответствующим уровнем качества сервисных работ и послемонтажного обслуживания. Александр пояснил: «Сюжеты становятся все более сложными, а требования заказчиков к качеству упаковки все время растут. Они все более пристально следят и за цветопередачей, и за разнотоном внутри тиража. Да и производительность у предыдущих машин невелика, а объемы производства все время растут, причем как за счет повышения объемов печати каждого заказчика в отдельности, так и за счет постоянного прихода новых».

В результате после продолжительных поисков была найдена машина в очень интересной конфигурации, которая как раз подходит для печати люксовой упаковки. УФ-технология позволит печатать и на металлизированных



Еще одна специализация типографии – малоформатная упаковка, в первую очередь косметическая и фармацевтическая

картонах, и на невпитывающих или слабовпитывающих материалах, а возможности лакирования в линию позволят сразу проводить отделку оттиска.

«Мы сознательно выбрали машины концерна КВА. Хороший контакт с представителями КБА РУС у нас был и до приобретения машины, да и по опыту других типографий мы знали, что многие успешно печатают упаковку именно на машинах этого производителя. После введения в строй Rapida 105 будем постепенно продавать «Планеты», поскольку по нашим расчетам получается, что одна новая машина успешно заменит две имеющиеся у нас, да еще и запас производительности останется. Также мы надеемся, что на новом оборудовании получим более низкую себестоимость продукции, это очень важно в настоящее время. Допечатный участок у нас уже стал более экономичным, теперь очередь за печатным. Новая машина позволит производить за тот же период времени больший объем продукции, чем раньше, а значит, себестоимость снизится. В условиях достаточно жесткой конкуренции на рынке это наше преимущество.

Кроме того, мы поглядываем в сторону такой продукции, как инструкции, листовки, буклеты, которые сопутствуют нашей основной работе.

Это обусловлено тем, что мы работаем с компаниями, заказчиками, которые заинтересованы получать от нас полиграфическую продукцию в комплексе. Взять, например, фармацевтов или тех, кто делает парфюмерию. Там, помимо упаковки, идут вкладыши, листовки, различные рекламные буклеты. Клиентам удобнее получать все из одних рук в хорошем, надлежащем качестве от производителя, которому клиент доверяет. Я думаю, что в скором времени мы именно так и будем работать, расширим свой ассортимент продукции и будем дальше двигаться в этом направлении».

Но, конечно, главная задача – переход в дорогой сегмент упаковки. Новые инвестиции позволят типографии все глубже погружаться в процесс производства именно дорогой и престижной упаковки с высокой добавленной стоимостью, предназначенной для товаров ведущих мировых торговых марок: «Мы и дальше будем развивать производство именно в области престижной упаковки. Планируем установить линию для трафаретной отделки оттисков, новый пресс для вырубки и конгревного тиснения, пресс для тиснения фольгой, новую, более производительную фальцесклепку с возможностью сборки более сложных коробок. Планы у нас очень большие!»



В настоящее время основу производственной программы типографии составляет относительно несложная упаковка, в основном пищевая