



ФЛЕКСО Плюс

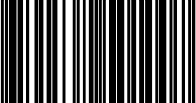
FLEXO Plus

LABEL & PACKAGING

Российский рынок
упаковки 2022-23



ISSN 1562-501X



9 771562 501007 >

«ЦИФРА» ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ЭТИКЕТКИ ИЗ КИТАЯ И ИНДИИ
НОВЫЕ ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФЛЕКСОГРАФСКИЕ МАШИНЫ
О ВАЖНОСТИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ
МОНТАЖ ФЛЕКСОФОРМ. ОСОБЕННОСТИ ПО ЭТАПАМ

«Танзор»: о важности технологической поддержки в нестабильные времена



Владимир Непогодин



Анна Перова

Почему сегодня типографиям, как никогда ранее, требуется технологическая поддержка со стороны производителей расходных материалов?

Что, собственно, подразумевается под этим термином? Каковы цели и задачи? Насколько технологическая поддержка доступна клиентам? Об этом мы расспросили Владимира Непогодина, технолога полиграфического производства компании «Танзор», и Анну Перову, первого заместителя генерального директора этой компании.

— Первый вопрос к вам о том, что же такое ваша технологическая поддержка, кому она требуется и как вы ее оказываете?

Владимир Непогодин: С просьбой о технологической поддержке клиенты обращаются к нам по различным каналам: через наш сайт, по электронной почте, по телефону. Во-первых, просят подобрать краску и/или лак к запечатываемому материалу. В таком случае сначала мы просим клиентов заполнить анкету: на каком оборудовании планируется печать, какое качество запечатываемого материала, лаки и краски какого типа нужно подобрать. Чем более подробная информация предоставляется клиентом, тем больше вероятность правильно подобрать материалы. На основании этого даем необходимые рекомендации. Вторым моментом — клиенты просят не просто подобрать материал, а рассказывают, какой эффект хотят получить, и спрашивают, что мы можем им предложить. В этом случае мы также проводим необходимые исследования, обсуждаем с клиентом различные аспекты возможных решений и предлагаем те или иные материалы. Далее осуществляется большая работа по тестированию выбранных вариантов. Опыт показывает, что даже если какой-либо материал работает хорошо в одной

типографии, то в другой по тем или иным причинам могут возникнуть затруднения. Везде разные условия, разное оборудование, разные запечатываемые материалы — особенно сейчас, когда многое поменялось. Машины у всех разные, но даже если это одна и та же модель, то разными могут быть оснащение машины, пробег и условия эксплуатации. Таким образом, проводимое тестирование — это большой объем работ. И следующий этап — собственно технологическая поддержка: клиента мы не бросаем даже если тесты прошли хорошо — в будущем, допустим, через полгода, что-то может измениться, например качество запечатываемого материала. В этом случае выезжаем на производство, смотрим, что поменялось за это время. Но в первую очередь, проверяем себя: сравниваем арбитражные пробы краски или лака разных лотов, их соответствие технической документации. Обычно никаких проблем не бывает, поскольку производство наше обеспечивает стабильность качества и соответствие всех параметров.

— Таким образом, проводится отработка технологических режимов в типографии, включая профилирование?

ВН: Профилированием печатных машин все же занимаются технологи типографий совместно со специалистами допечатных процессов. Мы помогаем подобрать оптимальные технологические режимы при использовании поставляемых нами материалов. По статистике помощь чаще всего требуется в печатном процессе: консультируем по вопросам, связанным с нанесением краски или лака, их закреплением, адгезией к материалу, другими свойствами, например скольжением или статикой.

— У этикеточных типографий проблемы возникают, по-видимому, с новыми материалами из Азии?

ВН: Да, и чаще всего у всех встречаются проблемы с адгезией к ново-



му материалу, с закреплением краски или лака на оттиске, с растеканием. Эти проблемы мы в той или иной мере пытаемся решать, например, inspecting оборудование и формулируя рекомендации. Помимо всего прочего, проблемы могут быть связаны с состоянием УФ-ламп и рефлекторов сушильных устройств. Мелочь, казалось бы, о которой все должны знать, тем не менее, часто ее упускают из виду. Также мы предлагаем клиентам различные добавки в лаки и краски, которые меняют тот или иной параметр.

— **Но менять состав краски не приходится?**

ВН: Нет, состав красок не меняется. Но введение в краску или лак корректирующих добавок — это не что-то из ряда вон выходящее: используются разные материалы, существуют разные условия производства, и если нужно увеличить степень растекания краски, то мы предлагаем добавку для растекания, если же не происходит оптимального отверждения красок, добавляем фотоинициаторы. Также можно по желанию клиента что-либо менять, например, придать антистатические свойства.

Анна Перова: Необходимо добавить, что наши краски выпускаются по лицензии компании INX в строгом соответствии с заданной рецептурой — у нас лицензионное производство, поэтому мы рецептуры не меняем, но под конкретного клиента, под конкретно поставленную задачу можем делать модифицированные версии красок. Другой пример — сейчас модифицируем наш УФ-лак под производство вплавляемой этикетки. Одна из сильных сторон «Танзора» — мы не просто производитель и продавец, у нас есть не только колористическая лаборатория — такие есть у многих. В нашей компании много лет существует исследовательская лаборатория, где работает один из самых опытных в отрасли специалистов-химиков — Владислав Юрьевич Левицкий, он много лет занимается доработкой продуктов — там, где возникает такая потребность.

ВН: Необходимо назвать также еще одно направление работы технолога — это работа с претензиями клиентов: любая претензия у нас не остается без внимания, заносим ее в нашу специальную базу, находим причину, вызвавшую недовольство клиента, и в случае, если претензия обоснованная, вырабатываем корректирующие действия. Даже если в производственном процессе используется не наша краска, но наш лак,



Цех производства флексокрасок

или наоборот, то мы всегда консультируем, разбираемся в проблемах, предлагаем варианты решения.

— **То есть технологическую поддержку вы оказываете в любом случае?**

АП: Да, даже если наш клиент по какой-то причине печатает и лакирует совсем не нашими продуктами, мы готовы приехать и помочь, стараемся не отказывать в технологической поддержке. Но при этом мы не предлагаем ему просто перейти на наши продукты, и тогда все получится. Это было бы слишком просто.

ВН: Да, мы рассказываем, чего не хватает для получения требуемого результата, а дальше клиент запрашивает материал, например, у своего нынешнего поставщика, или выбирает материал, который мы можем в данном случае предложить. Часто похожие проблемы возникают и решаются во многих типографиях, но технологи на местах как бы «варятся в своем котле» и не знают, что происходит в других типографиях. А мы можем предложить уже работающие варианты.

АП: Работа с большим количеством типографий дает технологу возможность собирать уникальную информацию. У Владимира большой опыт и в офсете, и во флексографии.

— **Чем техподдержка старого клиента отличается от техподдержки новичка?**

ВН: У старого клиента нам обычно известно все об установленном оборудовании, его состоянии и различных нюансах печатного процесса. У нового клиента это неизвестно, и поэтому необходимо его



Изготовление смешанной краски



Тестирование образца краски

посетить и проанализировать различные параметры производства, увидеть, как работает оборудование, познакомиться и поговорить с печатниками. А в остальном все одинаково.

— **А если у вашего клиента появляется новый клиент? Например, заказывает не самоклеящуюся, как обычно, а термоусадочную или вплавляемую этикетку?**

ВН: В таком случае желательно узнать как можно больше подробностей о заказе. Каждый материал имеет много технологических особенностей в применении. Чтобы получить прогнозируемый результат, надо заранее продумать технологический процесс, а если все пустить на самотек, то что-то обязательно пойдет не так, появятся отклонения в качестве готового изделия и недовольство возникнет как у типографии, так и у конечного клиента. Поэтому лучше обратиться к нам в самом начале, на стадии обсуждения, и мы сможем посоветовать подходящие материалы

— **Можете привести какой-то конкретный пример?**

ВН: Например, в одной из типографий мы провели ревизию сушильных устройств и обнаружили, что на одном из них рефлектор практически отсутствует — нет отражающего покрытия, и световой поток от УФ-лампы шел напрямую на запечатываемый материал, а это всего лишь 20% светового потока. В этом и состояла проблема с закреплением краски. Заменой отражателей задача была решена. А клиент, конечно же, изначально полагал, что проблема в краске.

АП: Сейчас большой спектр проблем касается новых запечатываемых материалов. Разбираясь в подобных проблемах, мы не стараемся «спихнуть» ответственность на поставщиков материалов, которые стали другими, но должна подчеркнуть, что у нас-то ничего не поменялось: та же самая рецептура, все ингредиенты, рекомендованные компанией INX. А насколько изменилось качество пленок, самоклейки, картонов, мы все прекрасно знаем. Как и в офсете, так и во флексографии к качеству материалов постепенно начинают привыкать, ищут методы борьбы — праймирование, коронирование и т. д.



Измерение вязкости лака

— **И какие вы предлагаете решения?**

ВН: Например, проблемы с адгезией к новому материалу мы предлагаем решать двумя способами: использовать разные грунты, например, для металлизированных материалов это один грунт, для пластиков — совсем другой. Также мы можем и в саму краску ввести промоутеры адгезии — вещества, которые повышают степень закрепления.

— **Считается, что цель технологической поддержки — не только обеспечить бесперебойную печать у клиента, но и снизить себестоимость, затраты, повысить качество продукции...**

ВН: Да, это одно из направлений, но снижать себестоимость в ущерб качеству я бы не рекомендовал. Нужно получить продукт с заданными свойствами, заданного качества.

АП: Раньше многие считали, что если берешь самые дорогие материалы, то практически гарантированно получаешь хорошее качество печати и готовой продукции в целом. Но в текущих условиях материалы могут быть очень дорогими, но при этом с непонятными свойствами. Далеко не всегда «дорого» означает «качественно». На мой взгляд, сегодня нужно ори-

ентироваться в первую очередь на компании, которые имеют долгую историю и большой технологический опыт. Компании «Танзор» 14 апреля исполняется 29 лет, и очевидно, чтобы эффективно работать в течение такого длительного времени, наша компания не следовала стратегии «продать подороже и не нести за это ответственность». И также следует ориентироваться на комплексность: если производитель выпускает и УФ-краски, и праймеры, и лаки, то понятно, что уровень ответственности этого поставщика выше, и он в состоянии оказать комплексную технологическую поддержку. Также сегодня человеческие отношения между компанией-поставщиком и типографией начинают приобретать все большее значение. Сейчас делать прогнозы и планировать даже на три месяца вперед очень сложно, но когда есть надежный партнер, который честно говорит о возможностях производства и поставок тех или иных расходных материалов, это вселяет уверенность в завтрашнем дне. Сейчас такое время, что сложно что-то гарантировать. Но честность, открытость и желание поддержать друг друга всегда очень важны.

— **А как вы оцениваете конкуренцию на рынке?**

АП: К началу этого года рынок по всем продуктам уже насытился. УФ-флексографские краски привезли все, кто мог, и ситуация на рынке уникальная: дефицита нет, но и произошло перезатаривание. Старые поставщики создали большие запасы, появились много случайных поставщиков, да и сами типографии привезли контейнеры красок. Один из важных моментов, который мы стараемся донести сегодня до клиентов, это то, что уже не стоит «закапывать» денежные средства в собственные закупки. У нас в России есть производство, запас сырья на несколько месяцев, и перебоев с поставками сырья не предвидится, поскольку оно не находится под санкциями, в отличие от самой краски. Типографиям не нужно вкладывать свои оборотные средства в закупку краски с отсрочкой поставки в пять-шесть месяцев, как в случае самостоятельных закупок.



— Да и техподдержку типографии не получат в таком случае?

АП: Наверное, так категорично заявлять не стоит. Но и рассчитывать на немедленный выезд технолога, если вы купили краску на «Авито», как иногда бывает, не стоит.

Нам кажется, что 2023-й год будет в чем-то даже тяжелее, чем 2022-й, потому что тогда был дефицит расходных материалов, но и поставщики, и типографии смогли достаточно быстро подстроиться под текущую ситуацию. Здесь стоит отметить, что «Танзор» весной 2022 г. не поддавался искушению получить сиюминутную выгоду, хотя в тот момент типографии были готовы покупать краску по любым ценам, но наша компания видела своей первоочередной задачей обеспечение текущих клиентов в рамках их среднемесячных объемов потребления, и мы смогли, таким образом, поддержать тех, кто был с нами долгие годы.

Сейчас ситуация непонятная: рынок перезатарен, запасы у всех есть. Но надо сказать, что заказы

у типографий тоже есть, и рост стабилен. Типографии закупают и новое оборудование — в основном из Китая, что также создает иногда определенные технологические проблемы, если типография раньше работала исключительно на европейском оборудовании. Но и в этом случае мы готовы помогать.

УФ-флексография будет востребована, рынок будет расти, и у нас есть определенные возможности по расширению мощностей нашего производства, мы развиваемся. Сегодня завод в подмосковных Химках выпускает триаду, экстендер (прозрачную краску), Arctic White (белую кроющую краску) и некоторые пантоны. И мы будем эту номенклатуру расширять за счет увеличения загрузки производства.

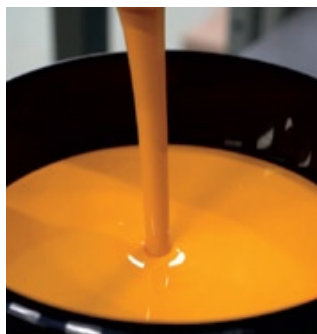
— Резюмируя, можно сказать, что технологическая поддержка нужна всем и всегда?

АП: Пока рынок был долгое время достаточно стабилен, многие типографии по воле случая или намеренно отказывались от технологов, а сегодня, когда рынок сильно изме-

нился, весьма востребована технологическая поддержка именно со стороны поставщиков, потому что далеко не все типографии готовы одновременно нанять в штат технолога, да и взять его негде, особенно опытного. Перед типографиями внезапно возникают новые вопросы, которых раньше не было. Если два года назад все шло по накатанной — с привычными традиционными материалами, то сейчас все поменялось — и технологическая поддержка стала, как никогда ранее, востребована.

ВН: У многих специалистов в отрасли сейчас есть дефицит общения, как с поставщиками, так и друг с другом. Открытие нашей производственной площадки в Химках собрало большое количество полиграфистов, и очные мероприятия сейчас очень необходимы отрасли.

АП: Следующей точкой притяжения, несомненно, станет выставка RosUpack. Компания «Танзор» планирует участие в выставке со стендом, на котором мы будем рады видеть всех российских полиграфистов. ❖



Комплексное решение для УФ-флексографской печати

- грунты
- краски UVFLEX собственного производства в ассортименте
- металлизированные краски MET UV FLEXO
- глянцевые и матовые УФ-лаки, лаки со специальными эффектами
- УФ-клеи для ламинации и холодного тиснения

+7 (495) 734-91-67
technologist@tanzor.ru
www.tanzor-uvflex.ru