

# Цифра оживит ры

Прошедшая осенью этого года выставка Labelexpo показала нешуточный интерес российских производителей этикетки к технологии цифровой печати, представленной HP Indigo. В мире над изготовлением самоклеящейся этикетки трудится уже более пятисот рулонных машин этого производителя, а на всей территории России и СНГ – пока только семь. О перспективах цифровой печати в этом сегменте мы поговорили с региональным менеджером HP Indigo в регионе EMEA Хуаном Игнасио Калдероном.

Интервью: Анна Зеля

**Развитие технологии цифровой печати этикеток долгое время сдерживала сравнительно низкая скорость при высокой стоимости оттиска. Сегодня ситуация меняется, но ажиотажного спроса на цифровое оборудование здесь пока еще нет. Что мешает продвижению цифры на этикеточном рынке?**

Мы начали заниматься этой технологией достаточно давно, и тот спрос, который сейчас есть на цифровую технику, не явился неожиданностью для нас – все шло эволюционным путем. За прошедшие десять лет оборудование стало более экономичным, сегодня мы уже можем предложить рынку технику второго поколения – это Indigo серий 5000 и 5500, рулонные машины серии 4500. В них реализованы новые технологии, гарантирующие стабильную цветопередачу, высокую производительность и возможность работы с неизменно высоким хорошим 24 часа в сутки.

Но вопрос продвижения цифровой техники на этикеточном рынке заключен не только в выборе подходящей технологии. Те тенденции, которые мы видим в этом сегменте, в том числе и на российском рынке, склоняют чашу весов в сторону цифровой печати. И в первую очередь это повышающиеся требования заказчиков к срокам – тираж обычно нужен клиенту уже на следующий день. Второе – переход потребителей этикеток на небольшие объемы (в несколько сотен или тысяч экземпляров) с одновременным увеличением ассортимента. Чем больше будут развиваться эти две основные тенденции, тем активнее на этикеточный рынок будут внедряться цифровые технологии.

**Этикеточное производство интересует Indigo уже более десяти лет, но реальную отдачу от приложенных усилий компания начинает получать только сегодня. Каковы**



**Хуан Игнасио Калдерон:** «Тенденции этикеточного рынка таковы, что доля цифровой печати в этом сегменте будет только расти»

**были основные мотивы, заставившие вас так долго и упорно трудиться на рынке, который проявлял слабый интерес к цифровой технологии?**

Мы верили в успех и, возможно, опередили рынок, создав промышленную цифровую машину раньше, чем она стала востребована... Сегодня в Европе мы уже имеем более 500 инсталляций рулонной техники, установленной на этикеточных производствах. В России и СНГ у нас пока только семь инсталляций таких машин, но во время выставки Labelexpo мы почувствовали, что и ваши соотечественники проявляют большой практический интерес к нашим разработкам. Так что и в этом сегменте наша доля будет расти.

## ВИЗИТКА

**Хуан Игнасио Калдерон,** региональный менеджер HP Indigo в регионе EMEA

- **Родился** – 22 июня 1966 г.
- **Образование** – MBA, Мадридский Независимый университет
- **Стаж в отрасли** – 5 лет
- **Семейное положение** – женат, двое детей
- **Хобби** – фотография, кулинария, фехтование

**Достаточно долгое время этим же направлением занимается фирма HeiKon. Как вы оцениваете успехи этой компании и ее перспективы в сегменте этикеток? В чем ваши конкурентные преимущества?**

Мы всегда были рады наблюдать за развитием наших конкурентов, их успехами и новыми разработками, потому что мы вместе занимаем одним делом – продвигаем идеологию цифровой печати. Тем не менее наше преимущество перед любыми тонерными машинами, к которым относятся и HeiKon, заключается в использовании жидких красок: они дают лучшее качество, обеспечивают более высокую производительность и гибкость всего процесса – ни-

# НОК самоклейки

какие другие производители пока не предлагают столь же широких возможностей по дополнительной отделке тиража. На рынке этикетки особое внимание уделяется качеству изготовления, и наше глубокое убеждение (и наши клиенты, печатающие на Indigo, подтвердят это) заключается в том, что более высокого качества, чем то, которое может предложить эта технология, сегодня пока не существует.

**А как вы оцениваете потенциал струйной печати на этикеточном рынке? Могут ли такие системы, как Jetrion 4000, недавно представленный EFI, претендовать на лидерство в этом сегменте?**

Откровенно говоря, еще рано отвечать на этот вопрос. Решений в этом сегменте пока представлено не слишком много для того, чтобы делать окончательные выводы. Но нам отраден тот факт, что и производители струйных цифровых машин обратили внимание на этикеточный рынок. Это говорит о потребности в новых технологиях. То качество струйных оттисков, которое я увидел на Labelxpro, пока оставляет желать лучшего, но мы будем «держаться глазами открытыми» – в случае, если эта технология не сможет удовлетворить производителей этикетки, всегда можно сделать комбинированную машину, используя преимущества обеих технологий.

**Основным методом печати самоклеящихся этикеток все еще является флексография. Технология сложная, в ней многое зависит от мастерства печатника. Цифра проста и понятна даже начинающему. Может ли она со временем занять доминирующие позиции, вытеснив флексо?**

Цифровая печать не станет конкурировать с флексографией, она прекрасно дополняет ее. Часто, чтобы доказать это, мы встречаемся с нашими заказчиками на их производствах, анализируем месячную загрузку и предлагаем решение, которое поможет им улучшить свою работу и получить больше прибыли, эффективно используя рулонную цифровую машину. Здесь важно рассматривать каждую задачу в комплексе, потому что себестоимость цифрового оттиска выше флексограф-

ского, но в некоторых случаях, размещая печать на цифру, типография может увеличить прибыль до 60% за счет экономии времени и расходных материалов.

**На каких тиражах наступает предел эффективности цифровой печати и преимущество переходит к флексографии?**

С высокой точностью ответить нельзя, многое зависит от конкретной задачи, но в среднем цифровые тиражи выгодны на объемах, не превышающих 1500–2000 погонных метров.

**Нарисуйте портрет заказчика Indigo 4500.**

Чаще всего это компания, у которой есть хороший портфель различных (не только коротких) заказов по печати этикеток и парк оборудования которой насчитывает несколько печатных машин (3–4). Дело в том, что при загрузке производства на 70–80% особенно важным становится время, затрачиваемое на подготовку к печати тиража. На подготовку тиража длиной 20 тыс. этикеток и 100 тыс. этикеток затрачивается

**“Мы с интересом наблюдаем за нашими конкурентами, потому что вместе продвигаем идеологию цифровой печати”**

**Хуан Игнасио Калдерон, HP Indigo**

практически одинаковое количество времени, и эффективность печати более длинного тиража здесь очевидна. Внедрение HP Indigo ws4500 в такой производственный процесс позволит высвободить место для изготовления на традиционных машинах профилейных тиражей и сделать более прибыльными короткие тиражи при печати их на цифру.

**Вы говорите, что ожидаете увеличения доли цифровой печати на рынке этикеток. Какую долю цифровые машины занимают сейчас и сколько она, по вашему мнению, будет составлять через пять лет?**

Согласно последним исследованиям, уже сегодня в мире около 20% этикеток печатается цифровым способом. Я не ошибусь,

## ВИЗИТКА КОМПАНИИ

Компания Indigo была основана в 1977 г. в Израиле и занималась разработкой технологии электронной печати ElectroInk. В 1990 г. Indigo выпустила первое оборудование, основанное на этой технологии, а в 1993 г. – первую в истории полиграфии цифровую многокрасочную офсетную печатную машину E-Print 1000. В 1998 г. Indigo вывела на рынок новую модель – Turbostream, а в 2000-м объявила о начале производства первой в мире цифровой офсетной машины K15 Digital Press для многокрасочной печати на дисках.

В 2002 г. Indigo стала подразделением компании HP, а модельный ряд ее машин получил новый дизайн и название hp indigo press. В 2004 г. на рынок вышли машины второго поколения: hp indigo press 3050 и hp indigo press 5000, а в сентябре 2004 г. – рулонная печатная машина hp indigo press 4050 для производства этикеточной продукции, ставшая улучшенной версией модели 4000.

Европейская штаб-квартира компании находится в Нидерландах, а исследования, разработки и производство оборудования осуществляются в Израиле.

если скажу, что эта цифра может вырасти до 25–30%, хотя не исключая, что она может оказаться и существенно выше.

**Готовите ли вы что-нибудь для этикеточного сектора к дню 2008? На что будет сделан основной акцент Indigo на этой выставке?**

HP готовит очень большой стенд, где, безусловно, будет отведено достаточно место под Indigo, но вряд ли мы будем делать акцент на этикеточном направлении – для этого, скорее, подойдет следующая выставка Labelxpro в Чикаго.

**Вы недавно пришли на позицию менеджера по EMEA. Расскажите немного о себе и своем профессиональном опыте.**

Моя должность на сегодня звучит так: менеджер по развитию бизнеса и продажам подразделения Imaging and Printing Group в Центральной и Восточной Европе, Средиземноморье, на Ближнем Востоке и в Африке. В этих странах я отвечаю за продажи, маркетинг, дистрибуцию и поддержку коммерческой деятельности Indigo Digital Press. В HP я пришел в 1996 г. на должность продукта-менеджера направления струйной печати, потом отвечал за развитие направления цифровой фотографии. В 2002 г. стал директором по стратегическому развитию и планированию подразделения Imaging and Printing Group, а через два года – менеджером по маркетингу Indigo Digital Press. ■