

# Галантерейная история

Внедрение на производстве рекламных и сувенирных изделий из кожи планшетные УФ-принтеры Mimaki стало для компании «Спарк-М» важным шагом в её развитии.

Дмитрий Старцев

Более 20 лет назад **Лилия Ховаева**, разобрав на части и изучив «анатомию» ежедневника европейского производства, поставила перед собой и своим предприятием задачу: наладить производство в России аналогичных по качеству изделий для планирования, а в идеале — более функциональных и практичных. Продукт должен был стать конкурентоспособным по качеству, цене и возможностям персонализации под цели и задачи конкретного заказчика. Сейчас Лилия — руководитель, главный технолог и собственник компании «СПАРК-М», а также основательница бренда **Smilefabrique** — уверена, что поставленная цель достигнута.

«СПАРК-М» производит изделия для делового планирования — собственную коллекцию ежедневников, планингов, а также деловую кожаную галантерею. Все изделия проектируются с нуля, включая разработку технологической цепочки, и производятся самостоятельно. Отличительная особенность — производство индивидуальных изделий под клиента. Компания практически не работает на массовый рынок, зато выпускает рекламную продукцию под заказ, например, для формирования корпоративного подарочного фонда с брендированной продукцией. Исходя из этой специфики в компании не пытаются делать самостоятельно всё — её производство «заточено» на работу с искусственной и натуральной кожей. Для печати бумажной части продукции (блоков ежедневников) заказы размещаются на сторонних производствах — в ведущих типографиях России, которые и обеспечивают необходимое качество книжного блока.

На сегодня на предприятии «СПАРК-М» есть полная послепечатная линейка: ламинация, вырубка, кашпировка, тиснение, склейка, машины для установки любого типа фурнитуры, полуавтомат для оклейки твёрдых



Л. Ховаева: «Когда Mimaki JFX200 дал нам возможность декорировать изделия с помощью лака, мы из печати на бумаге эти красивые декоративные эффекты перенесли на искусственную и натуральную кожу»

коробок, оборудование крышкоделательное, блоковставочное, гравировальное, фрезерное и лазерное, а также галантерейное и специализированное для работы с натуральной кожей, раскройные и швейные машины различного назначения.

Но начинали они с коллекции ежедневников. Со временем стало понятно, что по части обложек они стали специалистами и захотели двигаться вперёд, развиваться. Обложки с каждым годом становились всё сложнее. Теперь не составляет труда отшить из кожи папку любой сложности, портмоне или клатч — и всё это с прицелом на потребности корпоративного рынка.

Корпоративный рынок подразумевает тиражность и повторяемость изделий. Поэтому требуется оборудование, которое будет это обеспечивать. Кроме того, для компании-заказчика важным оказывается соблюдение своих корпоративных цветов, которых, как правило, больше одного. А вот технологии, которая бы позволила воспроизводить их на коже или коже в тиражах с большой точностью не было. Поэтому раньше изображение на обложках ежедневников ограничивалось только блинтовым тиснением: слепым либо с припрессовкой фольги. Этим долгое время довольствовался корпоративный рынок. В «СПАРК-М» уже 15 лет на-

зад искали пути, чтобы их изделия были максимально яркие, красивые. Пробовали метод сублимационного переноса, но ограничения технологии не позволили его широко применять. Трафаретная печать также не решала вопрос по причине сложного технологического процесса и отсутствия красок, которые бы удовлетворяли требованиям по печати на кожгалантерее. В итоге вопрос с производством яркой полноцветной продукции был решён только благодаря появлению принципиально нового типа оборудования.

## УФ-прорыв

Первый планшетный УФ-принтер **Mimaki**, который дал возможность напрямую печатать на изделиях, был куплен в 2015 г. Определяющий фактор при выборе — качество гибких чернил и их отличная адгезия с материалами, на которых работает производство. Для работы специально подбираются переплётные материалы, которые и дают устойчивый результат: печать не выгорает, не истирается ни при прямом воздействии, ни на изгиб.

Ещё одно неоспоримое преимущество УФ-чернил — их безопасность, что очень важно, когда продукцией пользуются, не выпуская из рук. Ежедневник и кожгалантерея с ярким рекламным изображением на более прочном, чем бумага, кожзаменителе,



Применение планшетного принтера с большой рабочей зоной дало заметный выигрыш по производительности



На производстве отшивают обложки с различными усложняющими элементами: карманами на молнии и магнитные клапаны, всевозможные по конфигурации хлястики-застёжки, слоты-карманы для кредитных карт и др. Отдельная серия — ежедневники со встроенными флеш-накопителями и беспроводными зарядками.

быстро пришлась по вкусу заказчикам: ведь прежде всего любой сувенир с логотипом — рекламоноситель. И печатая в крое, «СПАРК-М» дали уникальную возможность своим заказчикам использовать в этом качестве всю поверхность заказываемых изделий.

Это был настоящий прорыв для компании, клиентам которой был предложен продукт с эксклюзивной персонализацией методом печати по всей поверхности изделия. Для этого запечатку делали сразу в крое, и только потом отшивали его. И очень скоро встал вопрос о производительности: оказалось, что на принтере формата А2 не разогнись. Если печатать на готовых ежедневниках, то их можно выложить на рабочий стол за раз до 6 изделий, но в крое помещается максимум две заготовки для стандартной обложки А5.

Выбирая новую машину большего формата, Лилия интересовалась и рулонными принтерами: на них тестировали свои материалы, но результат не устроил. Выбор был сделан в пользу ещё одного планшетного принтера — **Mimaki JFX200-2513** с размером рабочего поля 2,5×1,3 м. Желание быть оригинальными при декорировании также сыграло свою роль при выборе. Белый цвет и лака дали простор для реализации практически любых дизайнерских идей.

Принтер позволил не только увеличить производительность печати, но и дал дополнительные возможности

по декорированию изделий. Помимо печати по тёмным материалам с двойным белым цветом, Mimaki JFX200 позволяет делать выборочное лакирование по искусственной и натуральным кожам. Раньше такой приём был возможен только при изготовлении обложек из бумаги: заготовки покрывали матовой или софт-тач ламинационной плёнкой, а потом методом трафаретной печати наносили выборочный лак. Благодаря принтеру этот дизайнерский приём теперь активно используется при печати на матовых кожезаменителях. Для этого в коллекции материалов есть специальный артикул с поверхностью софт-тач, на котором отлично смотрится выборочный лак в качестве усиления цвета отпечатанного изображения или как отдельный элемент печати. Отпечатанное прозрачным лаком изображение, логотип или узор смотрятся на матовом материале очень эффектно.

### Не только обложки

Помимо кожгалантерейной продукции, в «СПАРК-М» делают и любой вид упаковки из переплётного картона или дерева с применением кашировки, вырубки, лазерной резки с последующей оклейкой любым переплётным материалом. Упор делается на эксклюзивную подарочную упаковку, оригинальные конструкции с ложементами, верёвочками, замочками. Небольшие тиражи бумажных пакетов, а также лайнеры для коробок

печатаются на всё том же Mimaki — качество печати и формат позволяют. Но Лилия подчеркивает, что делать всё самостоятельно — не самоцель, нужно иметь в виду целесообразность применения определённого оборудования для конкретного вида продукции и тиража.

Хотя возможность печатать на бумаге, дереве, пластике, стекле и металле, и практически на любой поверхности — это безусловное преимущество и прекрасная возможность для расширения спектра услуг и новых продуктов.

Отмечает Лилия и работу партнёров: «Они большие молодцы! На мой взгляд, «Русском» — это прекрасный пример работы надёжного поставщика, который обеспечивает на 100% сопровождение и запуск оборудования, никогда не бросает своих клиентов, всегда на связи». Этим же она объясняет своё нежелание экспериментировать с покупкой оборудования незнакомых брендов — из-за рисков, связанных с послепродажной поддержкой. В «Русском» отлично разбираются в машинах и технологиях, которые они продают, и заинтересованы развитии заказчика. Возможность получать консультации по максимальному использованию функционала оборудования — тоже немаловажный фактор. Хотя за счёт этого повышается и конкуренция. Но Лилия уверена, что это не проблема: «Рынок — огромен. На нём хватит места всем!»