

GLASS NEWS DECOR

ТЕХНОЛОГИИ •

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
В КАЧЕСТВЕННОМ ОФОРМЛЕНИИ
ПРЕМИАЛЬНОЙ УПАКОВКИ стр. 12

ПРОФЕССИОНАЛЬНО О ДЕКОРИРОВАНИИ СТЕКЛА

• НОВОСТИ

НОВЫЕ ПРОЕКТЫ
КОМПАНИИ «ГЛАСС ДЕКОР» стр. 4



МНЕНИЕ •

ИЗЫСКАННОСТЬ СТИЛЯ –
В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ
стр. 8

• БУТЫЛКА

ФОРМЫ, ИДЕАЛЬНО
ПОДХОДЯЩИЕ
ПОД ДЕКОРИРОВАНИЕ стр. 21

стр. 12

ПРОРЫВ НА РЫНКЕ ДЕКОРАЦИИ

«Российский стекольный вестник» — издание для профессионалов, для тех, кто хочет всегда быть в курсе современных трендов рынка, создавать яркие и запоминающиеся бренды

С удовольствием представляем вашему вниманию новый номер издания «Российский стекольный вестник» — журнала о самых интересных событиях в мире стекла, о современных технологиях и оригинальных дизайнерских решениях, о последних разработках и новых открытиях в области декорации стекла.



Владимир Арутюнов,
генеральный директор
компании Glass Decor

Ни для кого не секрет, что «театр начинается с вешалки», а знакомство с напитком — именно с бутылки, в которую этот напиток разливается. Сегодня производители уже пришли к пониманию того, что даже высочайшее качество самого продукта не может стать гарантией его успеха на рынке. Для того, чтобы попасть в десятку, необходимо подключать «тяжелую артиллерию» — маркетологов, дизайнеров и специалистов по изготовлению и декорированию стеклотары.

Значение имеет каждая деталь — от формы бутылки и дизайна этикетки, до вариантов ее декорирования и цветовых решений. И если раньше оригинальная стеклотара была атрибутом исключительно премиального сегмента, то сегодня сфера ее «деятельности» значительно расширилась: в условиях растущей конкуренции даже демократичные бренды хотят выглядеть ярко и необычно, и для каждого из них нужно найти свой единственный и неповторимый стиль. Вариантов неисчислимое множество — на любой вкус и бюджет, любого размера, цвета и варианта декорации.

Журнал «Российский стекольный вестник» ценен тем, что выпускается компанией «Гласс Декор» — лидером российского рынка декорированного стекла, профессионалом высочайшего уровня. За 13 лет работы компания уже неоднократно имела возможность подтвердить статус производителя качественной продукции с серьезным подходом к делу, чем и завоевала уважение ведущих производителей премиальных алкогольных напитков из России, стран ближнего и дальнего зарубежья. Компанией «Гласс Декор» накоплен богатый опыт в деле высококлассного оформ-

ления премиальных брендов. Нам интересно работать с креативными идеями, разрушать существующие стереотипы об ограниченных возможностях сегмента стеклотары для алкоголя, экспериментировать и находить новые решения.

И сегодня, представляя новый выпуск журнала «Российский стекольный вестник», мы надеемся, что читатели смогут первыми узнать о наших новинках, идеях, технологических возможностях и просто хороших новостях, которыми мы всегда готовы порадовать вас!

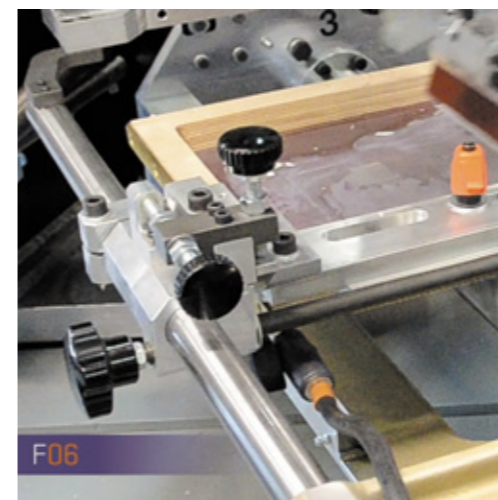
GLASS DECOR NEWS

СОДЕРЖАНИЕ



04

НОВОСТИ. ПРОЕКТЫ. АНАЛИТИКА
НОВЫЕ ПРОЕКТЫ
КОМПАНИИ «ГЛАСС ДЕКОР»



12

ТЕХНОЛОГИИ
ПРОРЫВ НА РЫНКЕ ДЕКОРАЦИИ



18

ИНТЕРВЬЮ
«МЫ НАШЛИ СВОЮ НИШУ НА
РЫНКЕ»



06

БРЕНД
ТАНДЕМ ПРОФЕССИОНАЛОВ



08

МНЕНИЕ
ИЗЫСКАННОСТЬ СТИЛЯ —
В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ



20

АНОНС
ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ



21

БУТЫЛКА
ФОРМЫ, ИДЕАЛЬНО ПОДХОДЯЩИЕ
ПОД ДЕКОРИРОВАНИЕ



РОССИЙСКИЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ВЕСТНИК

Журнал для производителей
и потребителей тарного стекла

Журнал зарегистрирован
в Федеральной службе
по надзору за соблюдением
законодательства в сфере
массовых коммуникаций и
охране культурного наследия.

Свидетельство
о регистрации
ПИ № ФС77-21824
от 30 августа 2005 г.
Журнал распространяется
бесплатно

Учредитель
ООО «ГЛАСС ДЕКОР»
Генеральный директор
Владимир АРУТЮНОВ

Адрес редакции: 123298,
г. Москва, ул. Берзарина, 8.
Тел./факс: +7 (495) 989-20-80
(многоканальный)
E-mail: info@glassdecor.ru
www.glassdecor.ru

«VIRIN GOLD» — НОВЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ СТИЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

Ассортиментная линейка водок «Virin», одного из крупнейших производителей в Сибирском федеральном округе ОАО «Байкалфарм», пополнилась новой маркой.

Поскольку «Virin Gold» 0,5л. — это напиток премиального класса с уникальным позиционированием, ориентированный на молодежную аудиторию, то и требования к внешнему виду продукта были особые.

Благодаря высокому профессионализму и большим технологическим возможностям компании «Гласс Декор», внешний облик бутылки получился яркий, эффектный и отличный от других марок.

При оформлении были задействованы такие технологии, как коутинг, горячее тиснение фольгой и нанесение УФ-красок методом прямой шелкотрафаретной печати на окрашенную поверхность стекла.

И как результат — на полностью окрашенной в черный матовый цвет бутылке эффектно выделяется название водки, исполненное контрастным белым цветом в сочетании с глянцевым переливающимся золотом.

Использование самых передовых технологий в области декорирования позволило компании «Гласс Декор» отойти от стереотипов в оформлении, создать по-настоящему стильный и запоминающийся продукт.



ОКРАШИВАНИЕ БУТЫЛОК ПОД МОЛОКО, СОКИ И ДРУГИЕ ПИЩЕВЫЕ ЖИДКОСТИ

Основной тренд современного рынка упаковки продуктов питания — экологичность и стремление к индивидуализации. Стекло отвечает этим требованиям наилучшим образом. Не зря основная доля премиальных пищевых продуктов представлена именно в стеклянной упаковке: она экологически безопасна и выглядит презентабельно. Плюс ко всему стекло позволяет реализовать множество дизайнерских идей, которые сложно воплотить на других видах упаковки.

Компания «Гласс Декор» на своем современном производстве, расположенном в г. Орехово-Зуево Московской области, занимается профессиональным оформлением стеклянных бутылок под молоко, кисломолочную продукцию, соки, уксусы, кетчупы, соусы, масло и другие пищевые жидкости.

Декорированная бутылка — это верный способ с помощью презентабельной, запоминающейся упаковки акцентировать внимание на высоких качественных и других важных характеристиках продукта.

Окрашивание намного выгоднее производства бутылки из цветного стекла, а визуально ничем не отличается. К тому же выбор цветов, оттенков и фактур, которые можно нанести на бутылку, радует своим разнообразием. Это позволяет экспериментировать в плане ее оформления. На окрашенную бутылку можно наклеить любую этикетку или нанести текст, рисунок методом прямой шелкотрафаретной печати. В итоге получается интересное оформление при превосходном качестве и умеренных затратах.



ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕМИАЛЬНЫХ БРЕНДОВ ЛВЗ «РУССКИЙ»

Ликероводочный завод «Русский» воспользовался привлекательным предложением компании «Гласс Декор» и оформил свои премиальные бренды на ее новых бутылках.

ЛВЗ «Русский» — предприятие, основанное на последних достижениях алкогольной отрасли. Производственный комплекс завода, расположенный в центре региона Кавказских Минеральных Вод, является одним из крупнейших на Юге России.

Поэтому и упаковка под премиальные напитки, которые выпускаются на предприятии в соответствии с российским и международным стандартами, требуют очень вдумчивого и качественного оформления.

Декорирование бутылок под водку премиального класса «AFANASOFF Premium» производилось с использованием драгоценного металла — платины. На стекле изображен знак Торгового Дома «Афанасовъ» — дерево ясеня. Использование новой оригинальной

бутылки с толстым дном «GrosFond» 0,5 л гармонично подчеркивает образ стабильности и основательности.

Другой, яркий и привлекательный продукт — российский коньяк «Екатерининский» V.S.O.P. пятилетний, тоже вышел в обновленном формате.

В оформлении бутылок применялись красный цвет и золото, выигрышное сочетание которых символизирует богатство и процветание. Использование бутылки с толстым дном «Марсель» 0,5 л и печать на горлышке золотом с матовым и глянцевым эффектом завершили образ дорогого и благородного напитка.

По-королевски роскошный внешний вид бутылки и высокое качество коньяка, созданного по классической технологии путем купажирования отборных коньячных спиртов с выдержкой в дубовых бочках не менее пяти лет — это отличный подарок, который подойдет для любого случая.



ВОДКА «ШОХОНА» В НОВОМ ИСПОЛНЕНИИ

Компания «Гласс Декор» многие годы плодотворно сотрудничает с одним из крупнейших производителей алкогольной продукции в Таджикистане — ЛВЗ «Шохона», оформляя его премиальные водочные бренды. Не так давно назрела необходимость в редизайне флагманской торговой марки производителя — водки «Шохона».

Специалисты компании «Гласс Декор» предложили оформление продукта в ином исполнении. Новый образ обрела водка Шохона Premium и Шохона Platinum. Для этого использовался недавно разработанный оригинальный тип бутылки, производства Glass Decor, под названием «GDM» 0,5 л. Для каждого вида водки компанией «Гласс Декор» разрабатывался свой дизайн, предполагая различные методы декорирования.

Так, бутылка под водку «Шохона Premium» сначала обрела матовый цвет с помощью технологии сатинирования, затем производилась прямая шелкотрафаретная печать по стеклу с использованием в том числе и краски, содержащей драгоценный металл — золото. Стекло окрашивалась в дымчато-серый цвет, а текст и узоры наносились краской, содержащей платину.

Продукт обрел новый вид, но фирменный стиль и основная идея бренда остались неизменными. На бутылке отображен образ великого царя Исмоила Сомони (Ismoilii Somoni), в честь которого названа водка. Это один из самых выдающихся представителей династии Саманидов (IX-X вв.), в период правления которого впервые утвердилась таджикская государственность.



ТАНДЕМ ПРОФЕССИОНАЛОВ

История совместной работы компании «Гласс Декор» и монгольского производителя водки «Gem International Co» — это опыт творческого соавторства и создания успешных и сильных брендов, которые за кратчайший срок смогли войти в число лидеров алкогольного рынка у себя на родине, и заслужить признание потребителей, а так же высокие оценки экспертов. О том, как начиналась совместная работа этих компаний и к каким результатам им удалось прийти сегодня, рассказывает Батбаатор Бавуудорж, директор департамента стратегий компании «Gem International Co».

■ Несколько слов о компании «Gem International Co», ее «биографии» и достижениях.

Наша компания сравнительно молодая — мы на рынке всего 10 лет, и все это время занимаемся производством спиртных напитков. И надо сказать, что в этом отношении мы добились серьезных результатов: у себя на родине, в Монголии, продукция «Gem International Co» занимает лидирующие места в рейтингах продаж, а на профессиональных конкурсах и выставках она всегда получает высшие награды. Все это, конечно, результат не только нашей работы, но и соавторства с профессионалами из других отраслей — с таким, как компания «Гласс Декор».

■ С чего началось сотрудничество «Gem International Co» и компании «Гласс Декор»? Чем вас заинтересовала совместная работа?

Почти 9 лет назад на выставке «Продэкспо» в Москве мы посетили стенд этой компании, посмотрели их продукцию и были приятно удивлены: высочайшее качество, оригинальный дизайн, интересные идеи — все это было именно то, что нам нужно. С тех пор мы работаем вместе и очень довольны нашим партнерством. У нас сложились хорошие отношения, полное взаимопонимание по всем вопросам, связанным с созданием дизайна наших брендов.

■ Какие задачи вы ставили перед компанией «Гласс Декор»? Каким вы сами видели ваш премиальный бренд Chinggis до того,



как начали сотрудничество с этой компанией?

Мы хотели, чтобы у нас получился национальный бренд с особым колоритом, не похожий ни на один из существующих сегодня на алкогольном рынке продуктов. Каждая линия, каждый элемент декора — все это должно быть проникнуто особым стилем, присущим именно монгольской культуре и традициям. Сам проект разработала наша фирма «Gem International Co» непосредственно в Монголии, а адаптировала эти идеи к производству и воплотила их в жизнь уже компания «Гласс Декор», за что мы ей очень благодарны. Была проделана огромная работа: подбирали метод печати, делали образцы, смотрели на сочетания цветов, форму бутылки...

■ Водка ТМ Chinggis выглядит очень необычно и богато — бутылка буквально одета в золотой наряд. Почему вы выбрали такое дизайнерское решение?

Оно соответствует концепции бренда — не даром мы назвали его в честь Чингизхана, в знак глубокого уважения к этому человеку. Кроме того, всем известно, что азиаты любят золото — и все это послужило основой для создания дизайна Chinggis. Кстати, специалисты компании «Гласс Декор» сначала удивились, что мы хотим такое количество золота — таких бутылок у них еще не было! Но, как мы уже говорили, мы рассчитывали на особенности именно нашего национального менталитета, поэтому смогли убедить наших коллег.

■ Насколько сложна ваша бутылка в технологическом исполнении?

Технологии очень сложные: в оформлении используется декорирование методом прямой шелкотрафаретной печати. И краски не простые — они содержат настоящее золото и платину. Надо отметить, что изготовление такой бутылки требует настоящего профессионализма. Например, краска золотого и коричневого цветов до обжига выглядит одинаково, и от рабочих требуется высочайший уровень квалификации, чтобы не допустить ошибок при массовом производстве продукции.

■ Над какими еще брендами вы работаете совместно с компанией «Гласс Декор»?

Брендов много: это и Chinggis Platinum, Chinggis Gold, и Altanbuudai, и Khovsgol, и Bayan-Olgii... Мы широко представляем свою продукцию по всей стране, и наша компания сделала совершенно уникальную вещь. В Монголии 21 провинция, и мы для каждой делаем свой бренд — именно с учетом национального колорита региона, его традиций, достопримечательностей, флоры и фауны. 21 бренд — и каждый по-своему интересен, необычен. Это колоссальная работа, которую, насколько я знаю, еще никто не делал. И, конечно, у каждого из этих брендов свой дизайн, свой стиль — над этим мы работаем вместе с компанией «Гласс Декор».

■ Планируете ли вы расширить географию продаж и осваивать не только локальные рынки, но и рынки других стран?

Конечно, мы планируем это делать, но постепенно, после тщательной и серьезной подготовки. В настоящее время небольшие партии нашей продукции уже поставляются в Корею, Люксембург, Германию, Великобританию и Китай, но пока это только пробные шаги, самое начало большого пути.

■ Ваши бренды — это настоящие завоеватели: они приходят на рынок всерьез и надолго. Как им это удается?

Успех любого бренда зависит сразу от нескольких составляющих. Это и маркетинговая политика компании, и оформление самого продукта, его органолептика, качество и некая уникальность. По всем этим характеристикам наша продукция на высоте. Судите сами: мы выпускаем водку на современном предприятии в соответствии с мировыми стандартами, совершенствуем классические рецептуры, используем лучшие ингредиенты — качественный спирт и чистейшую воду из источников Монголии. Качество наших напитков уже неоднократно отмечали эксперты: компания «Gem International Co» постоянно участвует в крупнейших выставках мирового масштаба и каждый раз возвращается с них с медалями высшей пробы. Причем, хочу отметить, мы не готовим специально продукцию для конкурса — у нас каждая партия стабильно высокого качества. «Gem International Co» гордится своими наградами, и мы ставим изображение медалей на бутылки, чтобы потребители знали, что перед ними бренды-победители. Так что наша продукция — это тандем высочайшего качества и уникального оформления. И в итоге получается отличный результат!

■ Ваша компания в соавторстве с «Гласс Декор» постоянно работает над дизайном продукции. Так, недавно был проведен ребрендинг Chinggis Gold. Перед нами уже окончательный вариант или совершенству нет предела?

Да, этот вариант окончательный, мы устранили те небольшие недочеты, которые были в предыдущем варианте дизайна, и сегодня, как мне кажется, мы достигли настоящего совершенства в оформлении продукта, поменяли не только внешний вид бутылки, но и пробки. По другим брендам работа продолжается, мы не останавливаемся на достигнутом и хотим сделать нашу продукцию еще лучше, ярче и интереснее.

■ Сегодня на мировом рынке стеклотары работает много сильных компаний, вы же выбрали сотрудничество именно с российским производителем и намерены его продолжать и дальше. Почему?

Во-первых, российский рынок стеклотары развивается очень интенсивно, компании предлагают множество интересных бутылок, форм, дизайнерских решений. Во-вторых, их продукция устраивает нас и по цене, и по качеству. Конечно, есть конкуренция с теми же китайскими производителями, но в сегменте эксклюзивной тары российские компании — такие, как «Гласс Декор» — пока удерживают лидирующие позиции. Также не могу не отметить, что эта компания не просто идет в ногу со временем, она предвосхищает новые веяния рынка и пожелания производителей и всегда готова воплотить в жизнь любые проекты.



ИЗЫСКАННОСТЬ СТИЛЯ — В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ

Декорирование стеклотары — процесс творческий, интересный и в чем-то даже ювелирный: в нем не бывает незначительных деталей, все нюансы создания нового образа выверяются до мелочей, тщательно подбираются материалы, цвета и оттенки. И в результате получаются настоящие произведения искусства в стекле — такие, как бутылки под алкоголь, оформленные компанией «Гласс Декор» для ликероводочного завода «Саранский».

Рассказывает Владимир Александрович Чеглицев,
директор по маркетингу и развитию ЛВЗ «Саранский».

■ ЛВЗ «Саранский» — один из «пионеров» российского алкогольного рынка в сегменте декорированной стеклотары. Почему для своей премиальной продукции вы выбрали именно такой формат?

Премиальная продукция — это очень важный сектор в ассортиментном перечне каждого производителя, свидетельство его успешности и умения выйти за рамки привычных схем и создать нечто новое, интересное. И выбирая для оформления своих брендов именно декорированную стеклотару, мы стремились, чтобы она подчеркнула особый «характер» и неповторимый имидж каждого продукта. Так и получилось: к примеру, водка «Мордовия Премиум» стала брендом республиканского значения, официальным напитком торжественных мероприятий в Мордовии, своего рода «визитной карточкой» нашего региона. Наряду с высоким качеством этого напитка важную роль здесь сыграло и богатое, стильное оформление: полноцветное декорирование методом прямой шелкотрафаретной печати с применением красок, содержащих настоящее золото.

■ Кто создавал дизайн этого бренда?

Изначально над дизайном всей нашей продукции работают специалисты нашего предприятия, затем мы обсуждаем концепцию возможности воплощения разработанного нами дизайна с технологами и дизайнерами компании «Гласс Декор» — и начинаем новый этап деятельности. Они адаптируют наши пожелания к производству, предлагают свои варианты исполнения наших идей. Порой эти идеи казались даже неосуществимыми, но, тем не менее, «Гласс Декор» помог нам найти пути для их воплощения в жизнь.

Какой совместный проект с компанией Glass Decor вы могли бы назвать самым интересным?

Создание дизайна водки пятого поколения «Млечный Путь», продукта сегмента super-premium. Этот проект действительно был очень интересным, сложным, инновационным и уникальным в своем роде. Другого такого продукта на российском алкогольном рынке сегодня нет! Судите сами: при декорировании бутылки было применено несколько технологий: шелкотрафаретная печать с использованием платины, сатинация бутылки с «окном», через которое, как в увеличительное стекло, до мельчайших деталей просматривается изображение млечного пути. Поскольку водка «Млечный Путь» — это во многом клубный проект, в оформлении бутылки использовалась специальная люминесцентная краска, благодаря которой в темном помещении под воздействием ультрафиолета на поверхности стекла возникает свечение.

Все это позволяет выгодно представить свою продукцию не только в магазинах, но и в ресторанах, барах, клубах, где применяется ультрафиолетовая подсветка: при данном освещении рисунок на бутылке кажется объемным и необычным.



Еще одна торговая марка, на которую хотелось бы обратить особое внимание, — это «Калинов цвет»

В нее входит сразу три напитка: водка, аперитив и сладкая настойка. Создавая его дизайн, мы старались добиться оптимального сочетания традиционных русских мотивов и имиджа элитности продукта. Думаю, что нам это удалось.



■ Как вы предполагаете, в дизайн этого бренда будут вноситься коррективы?

Вполне вероятно: любой бренд на этапе своего жизненного цикла требует оформления, рестайлинга, чтобы активизировать к нему отношение потребителей и улучшить продажи. Но если изменения и будут, то они будут не столь кардинальными, а скорее «штрихами», которые совершенствуют общий стиль.

■ Какие еще проекты в соавторстве с компанией «Гласс Декор» вы реализовали в последнее время?

Вообще, компания «Гласс Декор» оформляет все наши премиальные бренды. Одна из последних новинок — премиальная водка ТМ «Вастома». В переводе с мордовского языка название этого бренда обозначает «встреча», поэтому мы постарались сделать продукт ярким и стильным, который станет украшением застолья и отличным подарком. А для того, чтобы подчеркнуть особый, неповторимый колорит этого напитка, в декорации бутылки были использованы элементы традиционного финно-угорского орнамента.

■ Обычно декорированные бутылки — это атрибут водочных брендов. Вы же смогли расширить «сферу влияния» такой оригинальной стеклотары и для цветных напитков. Как вам это удалось?

Да, действительно, изначально декор делается именно с учетом прозрачной жидкости. Рождаясь на листе чистой бумаги, он не претерпевает особых изменений при воплощении его на готовом продукте, а та же водка, налитая в бутылку, придает оформлению законченную



форму. С цветными же напитками гораздо сложнее: цвет жидкости изменяет восприятие декора. Еще один нюанс: когда бутылку открывают, то дальше по мере потребления напитка получается двухполярная цветовая гамма: контрастируют окрашенность самого напитка и бесцветная прозрачность верхней части бутылки. А мы смогли сделать так, чтобы водка и настойка в рамках одного бренда воспринимались бы в едином стиле, и добиться этого удалось именно с использованием определенных инноваций в декоре.

■ Приходилось ли вам сталкиваться с какими-либо сложностями в работе с декорированной тарой?

Любое производство начинается со сложностей — это нормальный рабочий процесс, а работа с новым продуктом требует много времени и сил, это ни для кого не секрет. Нужно учитывать множество нюансов — от формы бутылки до метода декорирования, но зато мы уже неоднократно убеждались в том, что результат оправдывает все вложенные усилия.

■ Как, на ваш взгляд, потребители воспринимают продукцию в декорированных бутылках?

У премиальной продукции есть свои потребители, которые выбирают напитки не только по органолептическим показателям, но и по оформлению. Интересно, что еще 10 лет назад был стремительный рост спроса на декорированную стеклотару среди производителей алкоголя, сегодня же таких всплесков нет: количество перешло в качество, идет усложнение дизайна, оттачивание и доведение до совершенства. Эта тенденция, несомненно, очень своевременна: мы видим, что из стекла можно создать настоящие произведения искусства, придать каждому премиальному бренду индивидуальность и особый неповторимый стиль.



ПРОРЫВ НА РЫНКЕ ДЕКОРАЦИИ

Новые возможности в качественном оформлении премиальной упаковки.

Компания «Гласс Декор» в очередной раз подтвердила свои позиции лидера на Российском рынке декорации стекла. Приобретение машины нового поколения, которая позволяет компании предлагать клиентам еще больше возможностей в оформлении стеклянной упаковки, стало очередным прорывом.

О том, что собой представляет новое оборудование и какие оно открывает перспективы перед производителями премиальной продукции, мы попросили рассказать исполнительного директора компании «Гласс Декор» Алекса Шварца.

■ Алекс, расскажите, в чем особенность нового оборудования?

Хочу начать с того, что в компании «Гласс Декор» всегда особое внимание уделяется производственным мощностям, так как от них во многом зависит качественное развитие и конкурентное преимущество на рынке. Многие знают, что наше подмосковное предприятие технологически самое передовое в России и странах СНГ. Причем, все закупки техники и освоение новых технологий проходят в соответствии с запросами рынка, как актуальными, так и ближайшего будущего. Мы не просто покупаем новое дорогое оборудование, мы четко знаем, на каких проектах оно будет использоваться, какие дополнительные преимущества получит наш заказчик.

Вот и недавно приобретенная машина единственная в своем роде. Она произведена специально под нужды «Гласс Декор», по нашим технологическим спецификациям известной итальянской компанией, лидером рынка оборудования для трафаретной печати.

Особенностей у «новинки» много. Одна из важнейших заключается в

печать термозмалями осуществляется по чистой или матированной поверхности стекла. Для ее закрепления необходим обжиг стеклоизделия в печи при температуре до 630°C. Тогда как, для УФ-красок, часто применяемых для печати по окрашенной поверхности, не требуется высокотемпературный обжиг: краски отверждаются после нанесения под действием ультрафиолетового излучения.

Мы можем окрасить бутылку в любой цвет — как прозрачными, так и совсем не прозрачными лаками, с глянцевым или матовым эффектом. А затем, используя технологию УФ-печати, производить декорирование поверх окрашивания. Либо печатать термозмалями поверх матированной поверхности.

Вообще, на заводе «Гласс Декор» можно в оформлении бутылки задействовать практически все технологии. К нам в производство сейчас как раз поступила бутылка с очень сложным в исполнении дизайном. Там и окрашивание, и печать УФ-красками, и тиснение фольгой, и мелкие детали рисунка. Уверен, что на новой машине мы осуществим ее декорирование с гораздо меньшими затратами времени и сил. И главное — достойном качестве.

Наша новая высокоскоростная электронная машина позволяет наносить текст или рисунок методом прямой шелкотрафаретной печати на стеклянной таре сложной геометрии, причем охватывая все 360 градусов поверхности стекла.

том, что теперь мы можем наносить текст или рисунок методом прямой шелкотрафаретной печати на стеклянной таре сложной геометрии, причем охватывая все 360 градусов поверхности стекла.

Так же в плане цветопередачи мы продвинулись вперед. Новая машина позволяет одновременно за один прокат наносить на стеклянную поверхность до девяти цветов термозмалями, вместо прежних восьми, либо пять цветов при декорировании УФ-красками. Все это происходит, как и раньше, в полностью автоматическом режиме.

На данный момент в России и на всем постсоветском пространстве этого не может делать никто, кроме нас.

■ Возможна ли печать на новом оборудовании по окрашенной или сатинированной поверхности стекла?

Конечно, возможна. В этом одно из преимуществ новой декорационной машины. На ней можно, не меняя оснастки, выполнять дизайн, который включает как декорацию термозмалями, так и УФ-печать; нанесение красок поверх полимерного покрытия, а также по матированной бутылке.

Но здесь нужно пояснить разницу между печатью термозмалями и УФ-красками, поскольку это разные технологии. Шелкотрафаретная

■ Насколько расширились возможности работы с бутылками разных форм?

Наша новая высокоскоростная электронная машина позволяет наносить декорацию на любую по форме бутылку: овальную, цилиндрическую, плоскую или коническую. Но главное то, что у нас наконец-то появилась возможность круговой печати на бутылках любой геометрии, что раньше было затруднительно. К тому же, высокая производительность этой машины — до семидесяти бутылок в минуту — позволяет говорить о декорировании серьезных партий бутылок нестандартной формы.

На новом оборудовании происходит более точное совмещение цветов. Также немаловажно, что эта машина имеет ряд дополнительных опций, открывающих для нас, как для специалистов, широкие возможности. Например, есть специально встроенные фотоэлементы, позволяющие производить декорирование бутылок без донного ориентатора: после нанесения первой краски машина автоматически подстраивает положение бутылки, и мы получаем точное совпадение рисунков на бутылке без фиксации, что раньше было невозможно. Кроме того, она может автоматически переворачивать бутылку нужной стороной, если при подаче произошла ошибка, либо при двустороннем декорировании бутылки. Ряд дополнительных опций может устанавливаться под какие-то особые условия печати.

Благодаря нашим расширившимся возможностям, перед дизайнерами открываются большие просторы для деятельности при разработке оформления внешнего вида продукта. Например, если УФ-печать совместить с технологией горячего тиснения фольгой, то можно получить впечатляюще уникальный дизайн!

■ Какого размера бутылки теперь возможно будет декорировать?

Предельно допустимые размеры бутылок остались прежними. Если опираться на техническую документацию к оборудованию, то для печати по стеклу на 360 градусов максимальный диаметр изделия может быть 120 мм. Минимальный диаметр изделия — 28 мм, а максимальная высота изделия — 370 мм. Так что охват достаточно большой.

■ Какие конкурентные преимущества вам дает приобретение нового оборудования?

Главное преимущество — это возможность декорирования на бутылках сложной геометрии. Сегодня на отечественном рынке практически все производители-декораторы могут наносить прямую шелкографическую печать на круглые бутылки цилиндрической формы, единицы — на плоскую и еще меньше — на овальную поверхность. А с бутылками сложной геометрии никто не берется работать. Тем време-

нем, в «Гласс Декор» периодически обращаются заказчики, желающие красиво оформить свою стеклянную упаковку нестандартной формы.

Работая на рынке премиальной алкогольной упаковки уже более 13-ти лет, мы видим, что требования к внешнему виду дорогого продукта и в плане качества, и в плане восприятия стремительно меняются. Рынок диктует производителям свои условия. Тот факт, что введены строгие ограничения на рекламу алкоголя, заставляет производителей придумывать эффективные способы привлечения потребителя к своей продукции. В свою очередь, заказчики хотят получать от нас максимум возможностей в оформлении, чтобы их фантазию не ограничивали ни форма, ни объем изделия. И мы уже можем достаточно многое воплотить в жизнь.

Благодаря нашим расширившимся возможностям, перед дизайнерами открываются большие просторы для деятельности при разработке оформления внешнего вида продукта. Например, если УФ-печать совместить с технологией горячего тиснения фольгой, то можно полу-

чить впечатляюще уникальный дизайн! Представьте себе, например, бутылку, полностью окрашенную в гляцевый черный цвет или матовый бордовый, а сверху нанесен текст или рисунок. Он может быть ярким как сияние золота, а может отливать холодным платиновым блеском. Может имитировать шкуры диких животных, цветы и другие растения, образовывать витиеватые узоры по всей площади стекла, и так далее. Вариантов множество. Примерами оригинального дизайна для марочной продукции, которая уже успешно продается на рынке, служат бутылки под водку «Virin» (для ООО «Байкалфарм»), White Gold Black Edition (для ООО «Белое Золото»), «Ice Diamond» (ОАО ИИ «Комбинат Ташкентвино»), серия для вин «Прикумское» (ООО СХП «Темпельгофф»). На данном этапе в разработке еще ряд интересных проектов для крупных заводов-производителей алкогольных напитков. Наше производство сейчас делает опытные образцы, проводит эксперименты с цветами и фактурами.

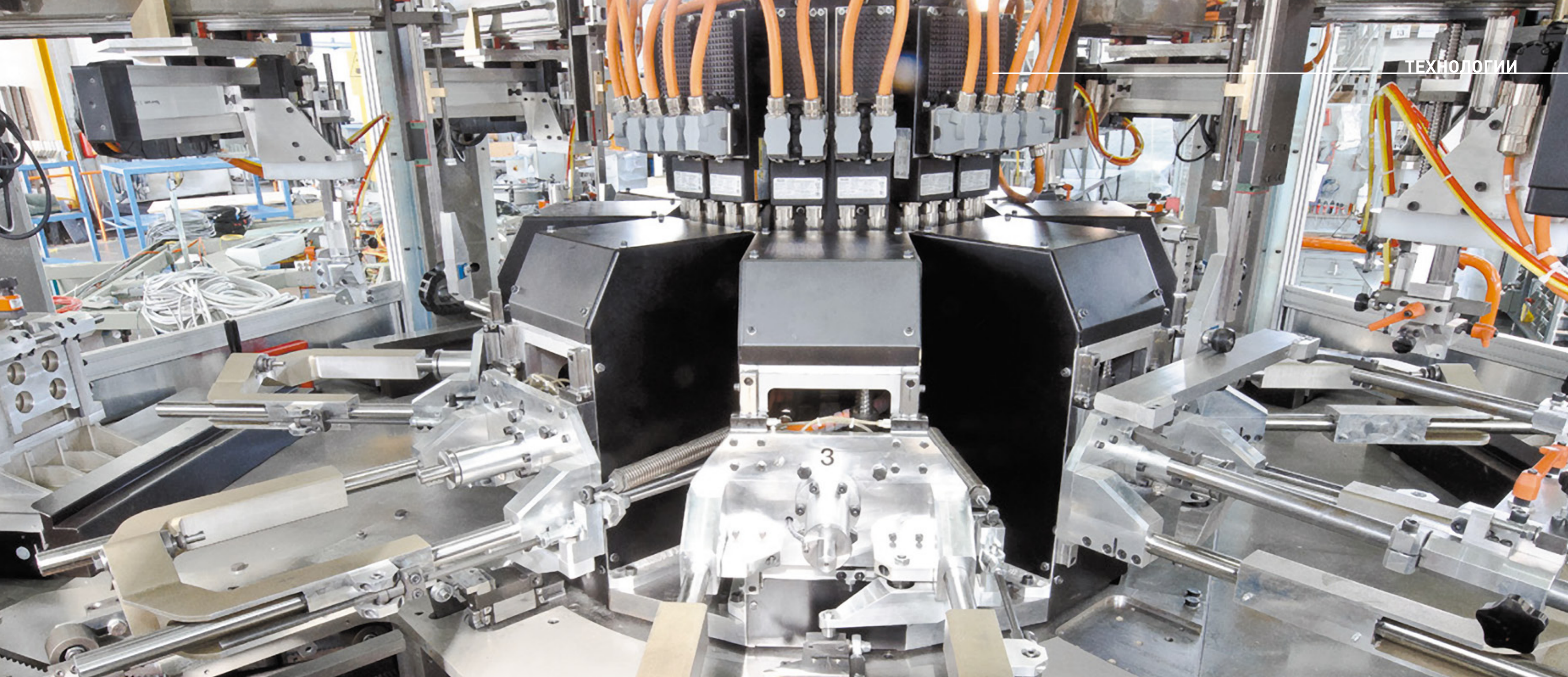
Сегодня возможности завода «Гласс Декор» не уступают маститым европейским предприятиям-декораторам, а в чем-то даже и обгоняют

их. Благодаря высокоточному оборудованию и профессиональным кадрам, мы беремся исполнять заказы клиентов, которые хотят видеть свой премиальный продукт неповторимым и запоминающимся.

■ Расскажите, происходила ли предварительная подготовка персонала к появлению новинки?

Компания «Гласс Декор» уже приобрела богатый практический опыт установки итальянских машин, их отладки и пуска. Опираясь на него, мы стали заблаговременно готовиться к приобретению новой линии. Под ее параметры было подготовлено производственное помещение, заблаговременно увеличен штат специалистов по обслуживанию имеющегося оборудования, с тем, чтобы наиболее опытных наладчиков перевести на обслуживание новой техники. Поэтому на момент установки этой автоматической линии у нас уже был подготовлен штат технического персонала для ее эксплуатации. Запуск и освоение машины прошел без сложностей.





■ Как вы предполагаете, какова будет средняя стоимость декорирования бутылок сложной формы на этой машине?

Стоимость декорирования всегда индивидуальна и зависит от многих факторов. Во-первых, от сложности декорирования: ведь можно нанести рисунок на одну сторону, а можно — на все четыре. Во-вторых, от количества и состава применяемых красок. Так краска, содержащая

драгоценные металлы золото или платину, гораздо дороже обычной, например, белой или синей. Ну и величина производимой партии тоже играет немаловажную роль. Чем больше количество декорируемых бутылок одного дизайна, тем меньше идет затрат на расходный материал. А это специальные сетки, оснастка, затраты на переналадку оборудования и многое другое.

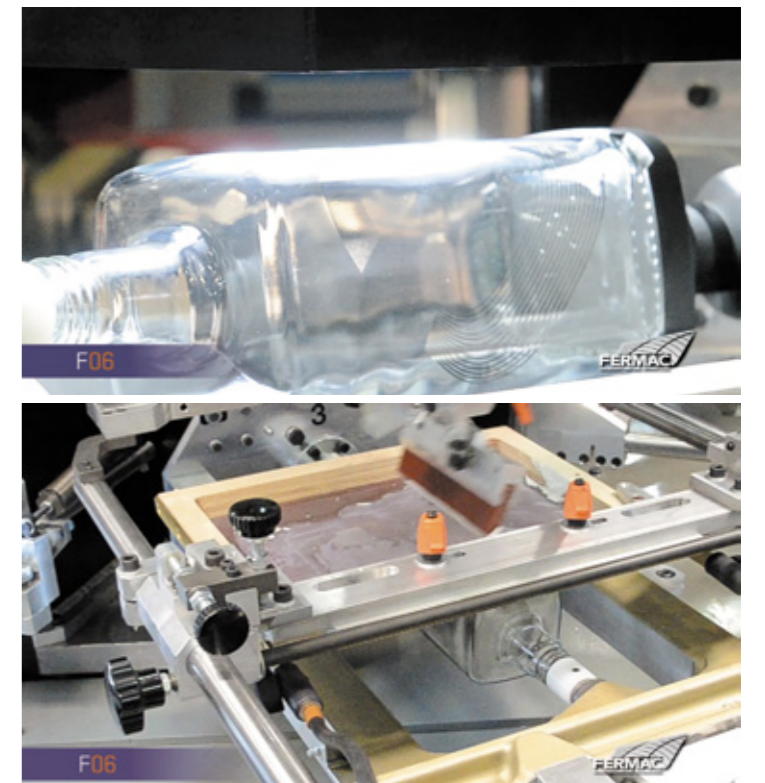
Сегодня возможности завода «Гласс Декор» не уступают маститым европейским предприятиям-декораторам, а в чем-то даже и обгоняют их. Благодаря высокоточному оборудованию и профессиональным кадрам, мы беремся исполнять заказы клиентов, которые хотят видеть свой премиальный продукт неповторимым и запоминающимся.

Но нужно понимать, что чем сложнее форма бутылки, чем больше совмещается разных технологий по декорированию, тем выше будет конечная стоимость. Зато и внешний вид такой бутылки будет, несомненно, впечатлять покупателей во многих странах мира.

■ Как вы считаете, насколько необходима и своевременна эта машина и предоставляемые ею новые возможности для российского рынка упаковки?

Специалисты компании «Гласс Декор» уже давно задумывались о приобретении машины с подобными технологическими возможностями. Но всегда возникали более насущные, так скажем, потребности. В прошлом году более значимым было приобретение современного оборудования для УФ-печати и тиснения фольгой. Когда мы прошли данный этап, настало время для нового качественного прорыва.

Сейчас мы движемся хорошим темпом, оставляя далеко позади всех конкурентов не только в России, но и на постсоветском пространстве. И это обоснованно. Компания должна постоянно подтверждать лидирующее положение на практике. Ведь мы оформляем ведущие премиальные бренды крупнейших алкогольных компаний, тоже лидеров в своей отрасли. А их потребности в связи с обострившейся конкуренцией растут день ото дня.



«МЫ НАШЛИ СВОЮ НИШУ НА РЫНКЕ»



Ни для кого не секрет, что успешный бизнес базируется на трех «китах»: стабильное качество, интересный ассортимент и грамотно построенное взаимодействие с деловыми партнерами.

Пример тому — совместная работа холдинга «Межреспубликанский винзавод» и компании «Гласс Декор», о которой рассказывает Михаил Корнеев, директор департамента закупок Торгового дома «МВЗ»

■ Несколько слов о вашей компании, ее истории и основных направлениях работы, о флагманских брендах.

«Межреспубликанский винзавод» — это один из крупнейших холдингов винодельческой отрасли, реализующий алкогольную продукцию на территории России, СНГ, Европы, Америки и Юго-Восточной Азии. Компания ТД «МВЗ» — динамично развивающееся предприятие отрасли. Входит в ТОП-5 крупнейших производителей алкогольной продукции на территории России и объединяет 6 крупнейших производственных площадок: «ММВЗ» и «Корнет» в Москве, АПК «Мильстрим-Черноморские вина» в Краснодарском крае, вино-коньячный завод «Calarasi Divin» в Молдавии, винзавод «Vinprom Rousse» в Болгарии, коньячный дом «Jenssen» в провинции Сognac во Франции.

В нашем ассортиментном портфеле представлены бренды федерального масштаба — такие, как водки «Флагман» и «Арбатская Элитная», коньяки «Кутузов» и «Бастион», игристые вина «Надежда» и «Корнет», тихие вина «Арбатское» и «Исповедь грешницы», а также другая не менее популярная продукция, которая хорошо известна во всех регионах России.

■ Ваша компания стала одним из «пионеров» в использовании оригинальной стеклотары: в 2000 году водка «Арбатская Элитная» предстала перед потребителями в достаточно необычном виде: декорированной бутылке. Почему вам показалась интересной идея такого преподнесения продукта?

Дело в том, что сама декорация стеклотары — это, пожалуй, один из самых современных и самых эффективных способов сделать свою продукцию заметной, интересной и востребованной. В 2000 году, когда мы выпустили «Арбатскую Элитную», напитки в такой таре на прилавках российских магазинов встречались нечасто, это были в основном западные бренды, российские же компании предпочитали украшать свою продукцию скромно: экспериментировали с формами, цветами и рисунками этикеток, колпаками, но самих бутылок эти изменения не

коснулись. Так что мы с «Арбатской Элитной» нашли свою нишу на рынке: новая водка выглядела стильно, необычно и, что самое важное, смогла заинтересовать потребителей и дистрибьюторов.

■ Как происходило формирование имиджа этого бренда?

Перед нами стояла задача: создать настоящий премиальный бренд, чтобы и сам продукт был высочайшего качества, и представлен он был соответствующим образом. Достойную «оправу к бриллианту» нам помогла сделать компания «Гласс Декор»: ее специалисты разработали дизайн бренда, произвели бутылку, осуществили декорирование. Результат оправдал наши ожидания: «Арбатская Элитная» успешно стартовала и удерживает лидерскую планку на протяжении всего времени продаж.

■ Сегодня бренд представлен в том же дизайне или вы его обновили?

Несомненно, с течением времени мы стараемся внести коррективы в оформление брендов, тем более таких успешных: меняются потребители, появляются интересные идеи и решения, технологические возможности... И в 2011 году мы произвели редизайн нашей популярной водки «Арбатская Элитная». Перед нами стояла задача: сохранить продукт узнаваемым, но при этом внести определенную «изюминку» и сделать еще более стильным. Обновленный дизайн придал бренду новое «прочтение»: в оформлении продукта обыгрывается тема старинной Москвы начала прошлого столетия. Сама бутылка как будто покрыта тонким слоем изморози, а через «оттаявшее» окошко в золотой рамке можно взглянуть на заснеженный Арбат начала XX века и символ бренда — знаменитый ресторан «Прага». Кажется, что перед нами не просто картинка, а настоящий объемный пейзаж. Декорация производилась методом прямой шелкотрафаретной печати на бутылках всей литражной линейки — от 0,25 л до 1 л. Разработчиком нового дизайна стала, конечно, компания «Гласс Декор», которой на протяжении многих лет доверяем оформление нашей продукции.

■ Почему именно компании «Гласс Декор»?

Все очень просто: эта компания предлагает безупречно качественную продукцию, интересные дизайнерские решения, она готова к сотрудничеству и соавторству с заказчиками. Поэтому мы обратились к ней и с другим нашим брендом — коньяком «Бастион». Раньше бутылка для этого бренда производилась в Польше, мы же смогли перенести ее в Россию, сохранить тот же дизайн, выиграть в цене и в качестве.

■ На сегодняшний день декорация бутылок — это прерогатива преимущественно водочных брендов. Насколько актуально развивать такое направление в сегменте коньяков? Ожидаете ли вы, что вашему примеру последуют другие производители?

Действительно, коньяков в декорированных бутылках сегодня мало, поэтому такое направление, на мой взгляд, вполне перспективно и повышает конкурентоспособность бренда. Во-первых, он сразу становится более привлекательным и выгодно выделяется на полке магазина в ряду классически оформленных товаров. Во-вторых, декорация подчеркивает особый премиальный статус и является дополнительным стимулом продаж. И, наконец, продукт становится высокомаржинальным. Так что вполне возможно, что «Бастион» стал одним из первых знаков появления новых рыночных трендов, и вскоре на рынке появятся коньяки в новом исполнении — декорированные, стильные, необычные.



■ Планируете ли вы и дальше развивать линейки продукции в декорированной таре?

Да, сегодня мы уже начали работать над декорированием новой бутылки шампанского. Как видите, мы постепенно стараемся расширить спектр такой продукции, но при этом не ставим перед собой задачу охватить все бренды: декорирование — это «штучная работа», которая касается только премиальных товаров.

■ Декорированные бутылки сегодня перестали быть исключительно атрибутами премиального сегмента, они перешли и в более демократичные ценовые группы, так что на алкогольном рынке сегодня настоящий «конкурс красоты» среди такой продукции. Чем, на ваш взгляд, выгодно выделяются среди конкурентов бутылки, оформленные компанией «Гласс Декор»?

Все-таки декорированная стеклотара воспринимается как атрибут премиальной продукции, это уже сложившийся стереотип. А компания «Гласс Декор» выпускает изделия именно премиального качества, безупречные во всех отношениях. Как я уже говорил, они не просто отвечают высочайшим европейским стандартам, но в чем-то их даже превосходят. Кроме того, «Гласс Декор» выпускает изделия с различными видами дизайна, в том числе очень сложными, и аналогов такой тары в России практически нет.

К тому же компания лояльна ко всем деловым партнерам, обеспечивает исполнение заказов в срок и предлагает логистические услуги, это очень удобно.

■ Какими вы видите перспективы сотрудничества с этим производителем?

Мы будем продолжать сотрудничать, наращивать объемы производства уже существующей декорированной тары, работать над дизайном нового шампанского. Так что у ММВЗ и компании «Гласс Декор» еще все впереди!



ТЕРМОУСАДОЧНАЯ ПОЛИЭТИЛЕНОВАЯ ПЛЕНКА И ГОФРИРОВАННЫЙ КАРТОН ОТ «ГЛАСС ДЕКОР ПАК»

Стремясь к предоставлению наиболее полного и качественного спектра услуг своим партнерам и заказчикам, компания «Гласс Декор» активно развивает новые направления бизнеса, создает дополнительные подразделения, изготавливающие сопутствующую основному производству продукцию.

Одним из таких подразделений является ООО «Гласс Декор Пак», занимающееся производством гофрированного картона и тары из него, а так же полиэтиленовой термоусадочной пленки для упаковки паллет.

Сегодня не только вся готовая стеклянная продукция компании «Гласс Декор» упаковывается в гофрокартонные поддоны и термоусадочную полиэтиленовую пленку собственного производства, но и организована свободная продажа данной продукции всем заинтересованным организациям.

ООО «Гласс Декор Пак» производит трехслойный листовой гофрокартон профилей «В» и «С», марки от Т-21 до Т-27, а так же продукцию из него: гофролисты, гофролотки, гофроящики и др. Полиэтиленовая термоусадочная пленка марки «П», по ГОСТ 25951-83, имеет толщину от 140 до 180 мкм. в форме рукава с фальцовкой.

Производство, оснащенное новым современным оборудованием, расположено в г. Орехово-Зуево Московской области.

Более подробно о деятельности компании «Гласс Декор Пак» и других организациях, входящих в торгово-промышленную группу «ГЛАСС ДЕКОР», мы расскажем в следующем номере журнала.



СТЕКЛЯННЫЕ БУТЫЛКИ, ИДЕАЛЬНО ПОДХОДЯЩИЕ ПОД ДЕКОРИРОВАНИЕ



Произведено Glass Decor



Бутылки тип Френч (с толстым дном)



Бутылки тип Тонда



Бутылки тип Абсолют



Бутылки тип Эпсилон



Винная бутылка Рейнская



Бутылки тип Grosfond (с толстым дном)



Бутылки тип GDM



Бутылки тип VITA (с толстым дном)

GLASS DECOR™

ИЗГОТОВЛЕНИЕ И ДЕКОРАЦИЯ СТЕКЛА

ОКРАШИВАНИЕ
(КОУТИНГ)

ПЕЧАТЬ ДРАГ МЕТАЛЛАМИ
(ЗОЛОТО, ПЛАТИНА)

ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ

ШЕЛКОТРАФАРЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ

МАТИРОВАНИЕ

ЯРКИЙ ОБРАЗ ВАШЕГО ПРОДУКТА

МЫ РАСПОЛАГАЕМ ВСЕМ СПЕКТРОМ ТЕХНОЛОГИЙ,
КОТОРЫЕ ПОДЧЕРКНУТ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ ВАШЕГО ПРОДУКТА

www.glass-decor.ru