

Сверим часы!

ИНФОРМАЦИЯ
ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

РАЗВИТИЕ
АУДИТОРИЯ
РЕКЛАМА
ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ
ДРУГИЕ ИЗДАНИЯ

2001





Рынок полиграфических услуг России — один из самых стабильных. Общий объем производства печатной продукции в 1999 г. оценивается в 500 млн долл. Ежегодные поставки полиграфического оборудования, бумаги и других расходных материалов также оцениваются в сотни миллионов долларов.

Большинство специалистов сходится во мнении, что полиграфическая отрасль к концу 2000 г. достигла своих докризисных объемов и ее рост продолжается.

В июне 2000 г. вышел нулевой номер ГАРТ, и с тех пор ежемесячно появляется следующий. Это новостное и аналитическое издание для руководителей полиграфических предприятий. Распространяется ГАРТ персональной почтовой рассылкой по специально подготовленной базе данных.

Редакция изначально поставила своей задачей создание независимого издания с тематикой, интересной для руководителей. Мы считаем, что это нам удалось: аналогов ГАРТ на рынке нет. Главный успех — это наши читатели, ведь важно не только распространить издание, необходимо еще, чтобы его читали. Всего за полгода ГАРТ приобрел большой авторитет. Материалы издания не погружают читателя в технические подробности, ведь руководителю важно понять суть проблемы или решения. Независимость и компетентность позволяют нам свободно говорить о достаточно «скользких» темах, которые другие издания стараются обойти стороной.

Полиграфическое производство — это сложный технологический процесс. Начиная с допечатной подготовки и заканчивая отделкой полиграфическая продукция проходит много этапов производства. Мы стараемся всесторонне освещать их в ГАРТ. Большое внимание уделяется расходным материалам и особенно бумажному рынку. Наиболее интересным технологиям посвящаются тематические номера. «Цифровая печать» — номер, ставший одним из самых успешных в 2000 г. К выставке «Упаковка-2000» мы выпустили номер, посвященный флексографскому способу печати.

Тематика номеров, вышедших в 2000 г.

№1 Июль 2000.

Тема номера:
«Цифровая печать»

№2 Август 2000.

Тема номера:
«Офсетные машины»

№3 Сентябрь 2000.

Тема номера:
«Особенности национальной полиграфии»

№4 Октябрь 2000.

Тема номера:
«Расходные материалы»

№5 Ноябрь 2000.

Тема номера:
«ПолиграфИнтер»

№6 Декабрь 2000.

Тема номера:
«Флексография»

2000

2001

Тематика номеров ГАРТ, запланирован- ных на первую половину 2001 г.

№1 Январь 2001.

Тема номера:
«Новогодние заботы»

№2 Февраль 2001.

Тема номера:
«Этикетка:
офсет или флексо»

№3 Март 2001.

Тема номера:
«Российская
полиграфия»

№4 Апрель 2001.

Тема номера:
«Допечатная
подготовка»

№5 Май 2001.

Тема номера:
«Периодика
как образ жизни»

№6 Июнь 2001.

Тема номера:
«Печатаем упаковку»

В первую очередь, ГАРТ — это новостное издание, но не сборник пресс-релизов, полученных от поставщиков оборудования и материалов. Вся информация публикуется в редакционном изложении с комментариями. Мы стремимся выбирать именно те новости, которые, на наш взгляд, определяют перспективы развития отдельных предприятий и всей отрасли в целом. Объем издания небольшой, всего 16 полос, поэтому материалы лаконичны и информативны.

Новости являются очень важной составляющей содержания, но основой мы все же считаем аналитические материалы, посвященные полиграфическому рынку. Говоря о том, что ГАРТ — издание аналитическое, мы не претендуем на лавры общеэкономических аналитических изданий. Наши материалы — это информация для участников конкретного вертикального рынка — полиграфических услуг, полиграфического оборудования и расходных материалов.

Какой бы компетентной ни была редакция, делать анализ лишь на основе собственных знаний, без реального практического опыта на данном этапе развития технологий уже нельзя. Поэтому мы привлекаем к раскрытию темы как можно больше работающих в отрасли авторитетных специалистов. Мы берем интервью у руководителей полиграфических предприятий, уделяя особое внимание опыту применения оборудования и технологий для решения задач, стоящих перед всеми полиграфистами. Мы обращаемся с вопросами и к руководителям фирм-поставщиков оборудования и расходных материалов. Они и их ключевые специалисты излагают нашим читателям свою точку зрения на то, как будет развиваться отрасль.

В каждом номере ГАРТ есть полоса, посвященная Интернет. Не секрет, что ее практически все читают с самым большим интересом. По многочисленным прогнозам роль Интернет в полиграфии будет возрастать, и мы планируем увеличивать количество материалов, посвященных этой теме.

Мы постараемся в 2001 г. уделить больше внимания стоящим перед руководителями проблемам подбора кадров и другим организационным вопросам. Кроме того, планируется новая рубрика, в которой речь пойдет об актуальных для руководителя, но иногда далеких от полиграфии вещах.



АУДИТОРИЯ

Тираж ГАРТ составляет 5000 экз. Издание распространяется бесплатно путем персональной почтовой рассылки по уникальной базе данных, содержащей информацию о руководителях и лицах, влияющих на принятие решений в российской полиграфической отрасли. База данных создана агентством ААГА путем слияния нескольких различных баз и содержит на начало 2001 г. около 4300 человек. Информация постоянно уточняется и пополняется.

Редакция делает все от нее зависящее для обеспечения гарантированной доставки издания каждому получателю. Специально разработанный дизайн конвертов позволяет ГАРТ выделяться среди другой почты, быть легко узнаваемым. Очень большое внимание уделяется контролю доставки, а проконтролировать работу почтового ведомства можно только за счет обратной связи с нашими читателями, и в 2001 г. такие мероприятия будут активно проводиться.

В базу данных включены не только типографии, но и организации, участвующие в оказании полиграфических услуг — издательства, сервис-бюро, рекламные агентства и другие фирмы, размещающие заказы на печать. Но получатели ГАРТ — это не полиграфические предприятия, а конкретные люди. В крупных типографиях обычно даже несколько получателей ГАРТ. База данных не обеспечивает покрытия абсолютно всех предприятий отрасли, и мы видим свою задачу не в рассылке ГАРТ в каждую типографию, а в создании собственной аудитории, состоящей из людей, которым интересны публикуемые в ГАРТ материалы и которые при этом реально влияют на принятие решений — где и на что потратить деньги.

Получатели попадают в базу данных как по собственному желанию, так и по информации, полученной из других источников. Мы внимательно анализируем эту информацию. Много новых получателей приходят к нам и во время различных выставок, в которых участвует издательство. ГАРТ там распространяется бесплатно. Очень перспективным средством для общения с новыми получателями ГАРТ мы считаем Интернет.

По многочисленным «просьбам трудящихся» с 2001 г. мы включаем в число получателей ГАРТ руководителей и специалистов фирм-поставщиков полиграфического оборудования и материалов. Все-таки это исключение, но оно даст изданию еще более 300 заинтересованных читателей и доведет число получателей ГАРТ №1-2001 до 4600 человек.

С 2001 г. для всех желающих стало возможным получение ГАРТ по Интернету в виде PDF-файла, в который включаются полностью все материалы и реклама в номере. Мы полагаем, что получателями Интернет-версии станут те, кому не терпится ознакомиться с материалами свежего номера а также те, кто пока не включен в число получателей «бумажной версии» ГАРТ.

Общее число типографий в России оценивается в 4-5 тыс. Реальную загрузку, правда, имеют далеко не все. В Москве, например, количество реально работающих типографий оценивается всего в несколько сотен.

Распределение заказов между Москвой и остальной Россией неравномерное, большая часть финансов оседает в Москве, но все больше и больше частных типографий в крупных российских городах переоснащаются.

По оценкам, к 2010 г. объемы производства государственных и частных типографий сравняются.

НА 15 ЯНВАРЯ 2001 г. ВСЕГО

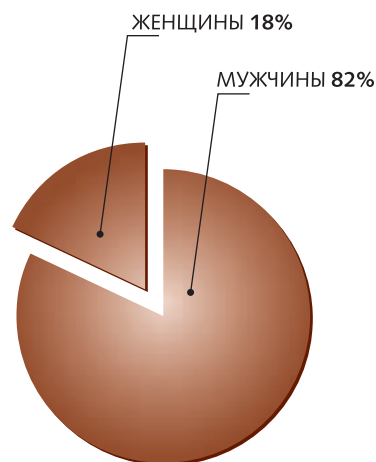
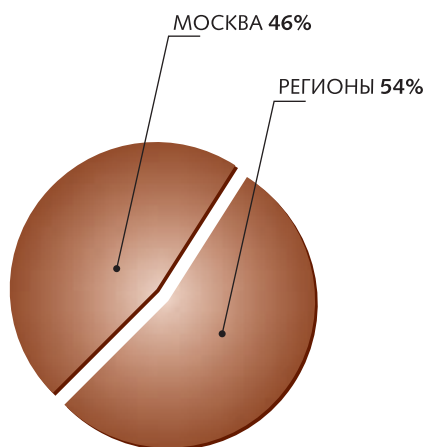
4300

ПЕРСОНАЛЬНЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

РЕКЛАМА В ИЗДАНИИ

Если издавать даже очень красивый и толстый журнал, не сумев найти для него аудиторию и заинтересовать ее, можно получить издание с нулевой эффективностью размещения рекламы. Именно поэтому редакция ГАРТ так много внимания уделяет читателям. Наша аудитория — это залог эффективности рекламы в ГАРТ. Благодаря лаконичности и информативности, большому количеству интервью, позволяющих увидеть проблему с разных точек зрения и выяснить мнения конкурирующих фирм, ГАРТ пользуется большой популярностью у читателей и прочитывается полностью.

Кроме размещения рекламы в ГАРТ возможна рассылка материалов рекламодателя с тиражом ГАРТ.



Демографическая информация о получателях ГАРТ

РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ

Полная страница	210x284 мм
Половина страницы (горизонтальная)	210x142 мм
Половина страницы (вертикальная)	105x284 мм
Третья часть страницы (горизонтальная)	210x94 мм
Третья часть страницы (вертикальная)	70x284 мм
Четвертая часть страницы	105x142 мм

РАСЦЕНКИ (в у.е.)

	В одном номере	В трех и больше
Полная страница	1850	1295
Половина страницы	945	675
Третья часть страницы	645	445
Четвертая часть страницы	495	345

Наценка за размещение рекламы на второй и третьей страницах обложки – 40% на четвертой странице обложки – 60%

ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ

Сеть стремительно становится самым объемным и быстро обновляемым информационным пространством в современном мире, и не реагировать на это нельзя. Поэтому издательство «Курсив» в 2001 г. существенно усилило свое присутствие в «виртуальном мире». Сайты издательства работают с 1998 г. и давно стали популярными среди полиграфистов и упаковщиков. Теперь они радикально обновлены и готовы стать новой рекламной площадкой в дополнение к рекламным возможностям, предоставляемым печатными изданиями. Создана единая система показа баннеров для всех сайтов издательства.

Как и прежде, посетитель может «зайти» на четыре связанных между собой сайта:

www.kursiv.ru — сайт, посвященный общим вопросам деятельности издательства и представляющий журналы «Курсив» и «Пакет», а также ГАРТ;

www.flexoplus.ru — сайт, посвященный всем аспектам современной флексографии и представляющий журнал «Флексо Плюс». На этом сайте активно работает единственная русскоязычная конференция, посвященная практическим вопросам флексографии;

www.marzan.ru — сайт, первоначально созданный специально для ежегодного конкурса «Хрустальный Марзан»;

www.excourse.com — сайт, посвященный программным разработкам издательства «Курсив» и консалтинговой деятельности.

Самые большие перемены коснулись www.marzan.ru, который становится основным новостным сайтом издательства. Здесь регулярно появляется свежая информация от предприятий и фирм полиграфической и упаковочной промышленности. Новости поступают со всего мира, но приоритет, разумеется, отдается российским.

На других сайтах издательства появились несколько новых и важных разделов:

- «Биржа труда» — здесь можно разместить информацию о вакансиях на полиграфических и упаковочных предприятиях, а также краткие резюме специалистов в этих областях;

- «Объявления» о купле-продаже полиграфического, упаковочного и издательского оборудования, как нового, так и поддержанного;

- Тематические конференции. В дополнение к конференции по флексографии начинают работать конференции по вопросам упаковки и традиционной полиграфии;

- Справочный раздел, в котором размещается контактная информация о производителях полиграфического и упаковочного оборудования и материалов.

Обновлены и «старые» разделы сайтов: увеличено число статей из журналов «Курсив», «Флексо Плюс» и «Пакет», которые будут доступны в режиме on-line.

Это далеко не полный перечень нового в Интернет-представительстве издательства.

ДРУГИЕ ЖУРНАЛЫ ИЗДАТЕЛЬСТВА «КУРСИВ»

Издательство основано в 1997 г. и в его активе еще три профессиональных журнала, адресованных специалистам полиграфической и упаковочной отраслей.

Курсив — первый профессиональный журнал, полностью посвященный новым издательским и полиграфическим технологиям. Издаётся с 1996 г., и за это время стал не просто популярным, а, по некоторым отзывам, «культовым». Публикуемые материалы, как правило, написаны специалистами-практиками и раскрывают суть сложных технических проблем простым и доступным языком.

Основная особенность «Курсива» — технологическая вкладка, вшитая в центральный разворот. Почти всегда это результат технологического эксперимента, тестирование новой технологии или материала. Замысел, технология исполнения и его оценка (в рубрике «Разбор полетов») полностью осуществляются силами издательства.

Флексо Плюс — Флексография и специальные виды печати — единственный в России профессиональный журнал для тех, кто печатает упаковку, этикетки, декорирует сувениры, выпускает другую продукцию, которую нельзя отнести к издательской. Бурное развитие упаковочной отрасли повлекло за собой стремительное развитие флексографской печати, и журнал стал надежным источником технической информации о новинках в этой сфере. Здесь постоянно публикуются статьи и материалы, написанные ведущими специалистами из многих стран мира специально для «Флексо Плюс». Читатели журнала постоянно получают свежую информацию о развитии трафаретной, глубокой, тампонной и других перспективных способов печати.

Пакет — новый журнал об уПАКовке и этикЕТке для товаропроизводителей. Выходит с 1999 г., но уже завоевал популярность среди читателей. Посвящен новым и известным видам упаковки и этикеток, их применению и производству, дизайну, вопросам маркетинга, рекламы и создания так называемых брэндов. Среди авторов — известные специалисты, ученые, практики. О мировом рынке упаковки, его тенденциях и новинках рассказывают статьи популярных зарубежных журналистов, пишущих об упаковке.

Издательство

«Курсив»

Адрес редакции:

107140, Москва,
Верхняя Красносельская, 15,
офис 217

Для писем:

107140, Москва, а/я
«Курсив»

Телефон/факс:

(095) 264 3708
(095) 264 3175

Адрес в Интернет:

www.kursiv.ru/gart

E-mail:

gart@kursiv.ru

Агентство ААГА

Телефон:

(095) 776 4227

E-mail:

aaga@romanov.ru

© Издательство

«Курсив», 2001.

Все права защищены

Перепечатка возможна
только с письменного
разрешения издательства