



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Heidelberg Web Systems позволяет

Компания Heidelberg предлагает широкий выбор оборудования для рулонной офсетной печати. Богатый выбор

производить разнообразную

оборудования: от M-600 до Mainstream 80, современнейшая технология бесшовного офсетного цилиндра, новейшие

продукцию всегда высшего качества

разработки фальцевальных аппаратов, внедрения в области упаковки и экспедирования готовой продукции – все это

позволяет клиенту выбрать свое оптимальное Системное решение для производства любой печатной продукции.

ООО «Гейдельберг СНГ»
Россия, 127550 Москва, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 742-34-54, факс: (095) 742-34-56
E-mail: hoc@ru.heidelberg.com
www.ru.heidelberg.com

HEIDELBERG

НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО

GRAPHIC ARTS NEWS

ГАРТ

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 2 ■ ФЕВРАЛЬ 2002

ИМПОРТ
МЕЛОВОАННОЙ
БУМАГИ
И КАРТОНА

с. 12

В НОМЕРЕ:

**ПРОДОЛЖИМ
О ВРЕДНЫХ
ПРИВЫЧКАХ** **3**

**ВСЕ ЖДУТ НАЧАЛА
ИРЕХ** **6**

**КНИГОИЗДАНИЕ.
НОВЕЙШАЯ ИСТОРИЯ** **8**

**ЧЬИ КНИГИ БОЛЬШЕ
ЛЮБЯТ ПОСЕТИТЕЛИ
СУПЕРМАРКЕТОВ** **14**



КНИГОИЗДАНИЕ

Нас ругают за то, что уровень наших цен выше среднего на рынке, но ведь и исполнение более качественное

Г. Кожевников (с. 4)

По количеству книг в твердом переплете и качеству их исполнения мы были «впереди планеты всей»

А. Амангельдыев (с. 8)

Наша цель — доказать, что жить и работать в полиграфии сейчас можно, даже в государственном секторе

С. Бобаков (с. 10)



Григорий Викторович
КОЖЕВНИКОВ
Издательство
«Терра»
Генеральный директор



Сергей Александрович
БОБАКОВ
«Красный пролетарий»
Технический директор

ГАРТ: Григорий Викторович, расскажите нашим читателям о «Терре». С чего все началось?

Г. К.: «Терра» — одно из первых частных издательств в России. В декабре 1989 г. был организован единый издательский центр, а с 1997 г. «Терра» была преобразована в холдинг. В нем каждый занимается своим делом: «Терра-книжный клуб» работает с массовым читателем, издательство «Терра» — с элитным. Есть еще ряд специализированных издательств, полиграфия и много чего другого.

Сейчас ситуация такова: «Терра-Книжный клуб» является одной из основных издающих организаций в структуре холдинга «Терра». Это аналог западных книжных клубов, созданный по подобию «Бертельсманн клуба». Наш клуб объединяет около двух

(Продолжение на с. 4)

ГАРТ: Сергей Александрович, «Красный пролетарий» — одна из старейших московских типографий?

С. Б.: Да, в прошлом году ей исполнилось 133 года. Это бывшая типография «Товарищество на вере Кушнырева». При большевиках она была национализирована, находилась в ведении Комитета по печати, потом перешла под юрисдикцию управления делами ЦК КПСС. Даже во время Великой Отечественной работа не прекращалась — печатались воззвания и знаменитые плакаты «Родина-Мать зовет!».

Здание несколько раз достраивалось, на сегодняшний день производственные площади составляют более 50 тыс. м².

ГАРТ: Но несколько лет назад в типографии было полное запустение, а сегодня мы наблюдали цеха, буквально

(Продолжение на с. 10)



МЕЛОВАННАЯ БУМАГА, С КОТОРОЙ ЛЕГКО РАБОТАТЬ!

Комус

Москва, Аптекарский пер., д. 4
тел.: (095) 234-33-04

234-33-05
234-33-06
234-33-07

Санкт-Петербург (812) 320-63-20
Волгоград (8442) 97-13-66
Екатеринбург (3432) 59-28-13
Казань (8432) 18-54-54
Краснодар (8612) 64-07-14

Нижний Новгород (8312) 69-37-28
Новосибирск (3832) 10-36-25
Омск (3812) 23-66-25
Пермь (3422) 21-12-51
Ростов-на-Дону (8632) 90-22-20

Самара (8462) 70-70-47
Саратов (8452) 27-70-00
Уфа (3472) 31-53-21
Челябинск (3512) 65-76-72

ГАРТ

Новости. Регулярно и компетентно.

Ежемесячная газета для руководителей
и ведущих специалистов издательских
и полиграфических предприятий России
Издание зарегистрировано Министерством РФ
по делам печати, телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Ведущий редактор: Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15,
офис 217, издательство «Курсив»

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»

Телефон/факс: (095) 264 3708

Подписано в печать: 04.03.2002

Отпечатано в типографии

ИПК ИТАР-ТАСС

Москва, Звездный бульвар, 17

Телефон: (095) 283 8015, 282 1321

Заказ № 137

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2002

Все права защищены. Перепечатка возможна
только с письменного разрешения издательства
За содержание рекламы редакция
ответственности не несет



ПРОДОЛЖИМ О ВРЕДНЫХ ПРИВЫЧКАХ

Знакомые часто звонят с вопросом, почему редакционные статьи в последнее время все об одном. То, видите ли, «штормит», то кто-то «подсаживается»... Продолжаю тему вредных привычек. Видимо, номер о книгоиздании — самый подходящий случай сознаться в том, что я еще и не читаю книг. Наверное, последние лет десять. Когда выпадает несколько свободных суток, я захожу в магазин и пытаюсь купить пару детективов, чтобы «отключиться» от полиграфии. Но если лет пять-шесть назад это можно было сделать легко, то теперь в большом книжном магазине в «Сокольниках» представлен очень странный, убогий ассортимент книг. Выбрать что-нибудь себе я просто не могу. Наверняка, можно при желании поехать в хороший магазин и найти там те самые книги, но времени на это нет.

Февраль прошел как один сплошной «день сурка». Мы в первый раз делали два издания — ГАРТ и ГАРТ digital. Оказалось, что это не так просто, как мы думали. Но в конце концов все удалось. Немного припозднились, как всегда, но немного.

Фирма, рассылающая наше издание, похоже, никуда не торопится. Многие из вас получили предыдущий ГАРТ с большим опозданием. Приносим свои извинения и надеемся, что больше такого не случится.

Мы, кстати, начинаем печататься в новой типографии. Говорят, что нельзя больше трех лет работать на одном месте. Печататься больше года в одной типографии тоже, видимо, нельзя. Не волнуйтесь, с типографией «Новости» все в порядке, и она навсегда останется нашей «первой настоящей типографией».

Выставки... Мы постоянно обращаемся в ГАРТ к этой теме. Надо сказать, что погода здесь очень переменчива. Если в прошлом номере я сказал, что мы поддерживаем выставку DigiPrint-Media, то теперь приходится брать свои слова обратно. Мы не будем проводить

на этой выставке обещанный семинар «Формула digital».

Причина в том, что нам не удалось договориться с организаторами, хотя впервые за последние два года позиции сторон были так близки. В следующий раз, видимо, сможем договориться. А пока DigiPrint-Media остается выставкой с неопределенными перспективами. Но возможно, у организаторов что-то да получится.

И снова о выставках: вся полиграфическая общественность была буквально потрясена сообщением о том, что один из поставщиков полиграфического оборудования, компания «Аква-лон», отказалась от участия в выставках 2002 г. Конкуренты были сильно озадачены, а организаторам выставки LabeShow пришлось искать, кем заполнить брешь. Они, правда, с этим справились. Если Вы помните, в прошлом году таким же образом поступила фирма «Гейдельберг СНГ», но она-то могла себе это позволить, и речь тогда шла об отказе от всех выставок за исключением «ПолиграфИнтер».

Как бы то ни было, LabelShow — первая выставка года, и по тому, как она пройдет, можно будет судить о состоянии отрасли. Посмотрим.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

МАРТ 2002:
ЭТИКЕТКА

АПРЕЛЬ 2002:
КОМПЬЮТЕРЫ И ПОЛИГРАФИЯ

МАЙ 2002:
ЖУРНАЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

ИЮНЬ 2002:
УПАКОВКА

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: ИПК ИТАР-ТАСС

Комус

Бумара Galerie Art
предоставлена фирмой «Комус»

миллионов читателей по всей территории России. Раз в квартал выходит журнал, по которому члены клуба знакомятся с книгами и заказывают их с доставкой по почте. Но есть и сеть филиалов, сейчас их около 30.

ГАРТ: Но содержать такую сеть распространения довольно накладно?

Г. К.: «Терра» всегда выпускала относительно дорогие массовые издания высокого качества. Нас до сих пор ругают за то, что уровень наших цен несколько выше среднего на рынке, но ведь и переплетные материалы другие, и полиграфическое исполнение более качественное. У «Терры» всегда была ставка на твердый переплет, суперобложку, упаковку каждой книги в термоусадочную пленку (кроме нас этого никто в России не делает), хотя попытки делать мягкую обложку тоже предпринимались. Но это не наши каналы реализации — лотки у метро, супермаркеты...

Кроме того, один из принципов «Терры» — не опускаться до «бульварщины». Наряду с классикой мы издаем и детективы, и фантастику, и фэнтези, но все это — достойного литературного уровня. Тиражи книг в мягком переплете резко упали. Если раньше тираж в 100 тысяч считался нормальным, то сейчас 20 тысяч — уже хорошо. Сейчас вообще редко заказывают большие тиражи, поэтому полиграфисты переходят к малотиражным технологиям — тираж в 5 тысяч уже считается серьезным.

ГАРТ: А свое производство у вас есть?

Г. К.: Как правило, мы печатаемся на Ярославском полиграфкомбинате.

ГАРТ: Но ведь после раздела у «Терры» остался небольшой пакет, а основной владелец — Бертельсманн?

Г. К.: Если не вдаваться в детали, то влияние «Терры» там достаточно силь-

ное — 49,9% пакета акций. С Бертельсманном у нас тесное сотрудничество с начала 1995 г., потому что изначальноной установкой «Терры» было качество книг, а российская полиграфия его, к сожалению, не обеспечивала, и даже сейчас не совсем обеспечивает. Это касается даже не самой печати (мы говорим о черно-белых книгах), а в первую очередь переплетных работ.

ГАРТ: Вы же не хотите сказать, что все печатаете в Ярославле?

Г. К.: Сейчас практически все. Дело в том, что до 1998 г. мы печатали основной объем книг в Германии. И черно-белые, и цветные. Но потом стало тяжело — там высокий уровень цен, к которому наш потребитель не готов. Выбор Ярославского полиграфкомбината как производственной базы связан не только с тем, что он — часть холдинга «Терра», а прежде всего с качеством. У нас жесткие требования, и на комбинате к ним привыкли, не «кричатся», как в других типографиях, где даже бесполезно объяснять, что каптал должен быть хорошего качества, не лохматиться по углам. То же самое касается обжима переплета, конструктивной формы, материалов. Книга должна «лежать» в руке.

ГАРТ: Считаете, что это принципиально? При современном темпе жизни книги читают быстро, и, как правило, не перечитывают.

Г. К.: Наш, «терровский» покупатель приобретает книгу еще и для домашней библиотеки. Из плохо оформленных книг библиотеку не составишь, поэтому пропадает сам смысл их покупки.

ГАРТ: Расскажите подробнее об издательстве «Терра».

Г. К.: Раньше мы выпускали до 60 книг в месяц. А с 2001 г. поделили функции: с массовой литературой работает «Терра-Книжный клуб», о котором я упоминал в начале беседы, мы же стали заниматься новой программой — «Книжный клуб Monplaisir» — издаем книги супердорогие, суперкачественные, для состоятельных людей. Немассовая программа, тиражи — 100–200 экз., нумерованные... Вплоть до того, что на книге указывается, кто ее владелец.

ГАРТ: И это главный вид бизнеса?

Г. К.: Для издательства «Терра» сейчас — да, хотя мы еще работаем совместно с одним из издательств концерна Бертельсманн над глобальным проектом новой большой энциклопедии в 15 томах с мультимедийными продолжениями. Но это ближайшее будущее.

В последнее время основной нашей работой был поиск достойных людей,

которые могли бы войти в клуб Monplaisir. Наша продукция этого года — это ряд факсимильных изданий редчайших книг: «Житие Сергия Радонежского» — рукописная книга 1592 г., «Великокняжеская, царская и императорская охота на Руси» — конца 18 в. Это попытка воспроизвести лучшие образцы полиграфии прошлого. А «Мир Данте», например — это стилизация, переплетная, по крайней мере, под эпоху Возрождения. Одновременно есть попытки воплотить современные дизайнерские решения, скажем, «Республика ШКИД».

ГАРТ: И это все для круга из 200 человек?

Г. К.: Да. Это вписывается в структуру рынка, поскольку российский книжный бизнес сейчас дифференцируется. Массовый рынок уже насыщен предложением, и даже перенасыщен.

ГАРТ: Честно говоря, это несколько неожиданно.

Г. К.: Руководство «Терры» всегда отличалось необычными поступками.

У нас еще в начале 90-х гг. был опыт издания элитных книг. Основоположник издательства, С. А. Кондратов, затеял тогда репринтное издание «Брокгауза и Ефрона» — энциклопедического словаря в 86 томах. Тираж по тем временам небольшой — всего 1 тыс. экз. Многие библиотеки, в том числе и зарубежные, подписались на него, потому что старая энциклопедия «уходит» — истирается, рассыпается. А этот словарь — один из лучших фактологических источников по русской истории.

Мало кто тогда верил, что это можно сделать на Ярославском полиграфкомбинате. Тем не менее, были даже подобраны переплетные материалы, очень близкие по виду к переплетам конца 19–начала 20 вв.

ГАРТ: Наверное, очень сложно найти переплетчиков, которые могут такое делать?

Г. К.: У нас была одна книга — факсимильное издание «Путешествие цесаревича на Восток». Готовили ее к визиту Б. Н. Ельцина в Японию — тогда не



состоявшемуся. Так вот, мы это издание воспроизвели — и кожу нашли российскую, и бумагу специальную сварили. А переплетчики были с Ярославского полиграфкомбината. К сожалению, сейчас работает всего одна из них. Ее даже не отпускают на пенсию. Есть современные мастера, но они — другие, мануфактурный вид книге придать не могут.

ГАРТ: Наверное, это не единственная сложность?

Г. К.: С переплетом и с картинками еще понятно, а вот когда идет текст — тут проблема. Когда его набирали вручную, он был пляшущим. Сейчас этого не воспроизвести. Конечно, компьютерщики говорят, что все возможно. Другой вопрос: нужно ли это?

ГАРТ: Сколько человек работает в издательстве?

Г. К.: Штатных сотрудников в «Терре» совсем немного. Главный художник, главный редактор, директор... Остальные привлекаются по договорам. Это нормальная структура современного частного издательства. Только государственные еще держат большие штаты. В «Терра-книжный клуб», например, при выпуске 40–60 книг в месяц работают всего два редактора, плюс главный редактор, плюс редактор журнала «Книжный клуб».

ГАРТ: Как же они справляются с такими объемами текста?

Г. К.: Дело в том, что представление о редакторе как только о «литературном правщике» в издательском мире давно ушло. В большей степени редактор — организатор издания.

Есть и редакторы, которые работают по договору, так же как и корректоры. А в штате — в основном организаторы, отслеживающие путь каждой книги. Многие современные авторы категорически не воспринимают правку, а править классиков — вообще бессмысленно. Но есть авторы, которые любят работать с редактором, и не просто с любым, а с конкретным, и из-за этого печатают книги только в «Терре».

ГАРТ: Насколько прибыльно книгоиздание сегодня?

Г. К.: Несколько лет назад этот бизнес был более прибыльным, чем сейчас. К 1993–94 гг. эти дикие «золотые времена» минули. Очень здорово подкосил с тиражами крах «Союзкниги» — оптовой организации, которая распространяла издания по всей территории Советского Союза. Сейчас каждый издатель работает с книготорговцами самостоятельно. Нет такого оптовика, который бы взял сразу весь тираж, а

«Союзкнига» брала. Тираж в 100 тыс. экз. растворялся без остатка.

ГАРТ: Но хотя части разрушенной системы остались?

Г. К.: Когда мы открывали торговые филиалы «Терры», мне пришлось объехать 60 городов по всей стране. Я смог убедиться, что книжная торговля практически рухнула. Если раньше в городе было 30 книжных магазинов, то сейчас осталось три.

ГАРТ: Но ведь в Москве существуют крупные книжные магазины с большим оборотом. «Библио-Глобус», например.

Г. К.: Да, его директор даже жаловался, что из-за недостатка площадей они никак не может организовать такой поток покупателей, чтобы они могли легко попасть к книжным полкам. Это очень крупный магазин, с которым издатели работают с большим удовольствием. Но все равно — магазин, а не опт.

ГАРТ: Давайте поговорим о цене и себестоимости книги. Что с ними сейчас происходит?

Г. К.: Проблема российского книжного бизнеса заключается в том, что по себестоимости наши книги практически сравнялись с западными, если считать полиграфическое производство и материалы. Единственное, где еще есть выигрыш — это гонорарная часть и допечатная подготов-

ка. А цена, за которую потребитель может купить книгу, на порядок ниже, чем на Западе. Пока цена на книгу не поднимется хотя бы до половины от принятой в мире, книгоиздание в России не будет высокоприбыльным бизнесом.

ГАРТ: Но ведь этого, наверное, не случится никогда?

Г. К.: Наш опыт показывает, что покупатель понимает, за что он платит деньги. По нашей статистике и по тому, что мы знаем о других издательствах, объем продаж дорогих книг не уменьшился. Падают продажи дешевых, которые на-

печатаны плохо, на низкокачественных материалах и по содержанию такие же.

Относительно дорогая литература — 600–1000 руб. (цветная печать, хорошая бумага) как продавалась, так и продается в тех же количествах.

ГАРТ: Как восприняли введение НДС?

Г. К.: Мы убеждены, что хорошая книга должна стоить дорого, поэтому не вижу причин, почему бы издательскому миру не иметь тот же НДС, что и другим производителям в России.

ГАРТ: Каковы перспективы книжного бизнеса в России?

Г. К.: Куда мы без книги денемся? Другое дело, что нужна какая-то государственная программа по книгоизданию. Есть варианты, как все это можно сделать. Оснастить типографии современной техникой и т. д. При Столыпине ведь создали аграрный банк.

ГАРТ: Вы предлагаете создать «полиграфический банк», который будет поддерживать типографии?

Г. К.: Почему бы и нет? На самом деле, не такие большие деньги. А с другой стороны, издатели сами к этому придут и сами разберутся, когда негде будет печатать книги. Рынок сам все регулирует, только желательно, чтобы это регулирование проходило с некоторым опережением.

Типография «Вымпел»
продает с консервации
фальцевальную машину
«Мультиграфик» (Германия):
3 сгиба+дополнительная
секция.
Цена договорная.
Тел.: (095) 541-03-86
(095) 743-84-23

www.bereg.net

InterFlash
Premium Label Paper
плотность 80 г/м²
90% белизна
15 коп. г/м²

ВЛАГОСТОЙКАЯ ЭТИКЕТОЧНАЯ БУМАГА. ПРИГОДНА ДЛЯ ОФСЕТНОЙ И ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ. ГАРАНТИРУЕТ ХОРОШУЮ СПОСОБНОСТЬ К ВЫРУБКЕ, ТИСНЕНИЮ И ФОЛЬГИРОВКЕ. ВЕЛИКОЛЕПНАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ К КРАСКЕ ОБЕСПЕЧИВАЕТ ТОЧНОСТЬ ИЗОБРАЖЕНИЯ.

ЭТИКЕТКИ ДЛЯ ВОЗВРАТНЫХ БУТЫЛОК, ПИВА, БАНОК, ПОЛИЭТИЛЕНОВЫХ БУТЫЛОК, ПОДАРОЧНАЯ УПАКОВКА.

191194, РОССИЯ, С.-Петербург, наб. Робеспьера 8
тел. (812) 329 9191, факс (812) 329 9199

115201, РОССИЯ, Москва, Ил-й Варшавский проезд 6
тел. (095) 232 2610, факс (095) 232 2602



ДО НАЧАЛА IPXH ОСТАЛОСЬ НЕДОЛГО

Безусловно, главной выставкой этого года для полиграфистов должен стать IPXH. Все ведущие производители оборудования сообщают о том, что их экспонаты в Бирменгеме будут самыми новыми и интересными.

Вообще, после новогоднего затишья начинается период маркетинговой активности, и первым из событий станет компьютерная выставка CeBIT, которая пройдет в марте в Ганновере. Heidelberg становится уже традиционным участником этой выставки, причем, на этот раз демонстрация возможностей представляемых фирмой цифровых технологий будет достаточно оригинальной.

Посетитель стенда сможет на компьютере подобрать интересующую его комплектацию Audi TT Roadster в части цвета и наличия опций. На основе полученной информации система напечатает для посетителя персонализированный буклет на NexPress 2100. Этим можно было бы и закончить, но нет. После завершения выставки среди игравших в эту игру посетителей будет разыгран один настоящий автомобиль. Победитель получит Roadster, который он и заказывал.

Наверное, одной из самых неожиданных новостей стало то, что в выставке CeBIT впервые примет участие и фирма MAN Roland — второй по величине производитель полиграфического оборудования. На стенде около 100 м² будет демонстрироваться цифровая печатная машина DicoPRESS.

Несмотря на активное участие в компьютерной выставке, полиграфистов, наверное, намного больше интересует выставка IPXH. Главная новость заключается в том, что Heidelberg, который занимает полтора павильона, теперь — не самый крупный участник этой выставки. Видимо, любой читатель ГАРТ сможет догадаться, что пер-

вым по размеру стенда стал основной конкурент Heidelberg на рынке цифровой печати — фирма Xerox. Ее стенд будет занимать около 6,5 тыс. м². К IPXH фирма Xerox приурочила начало продаж своей новой ЦПМ — iGen 3. Руководство Xerox возлагает на машину, поставки которой начнутся во второй половине этого года, большие надежды.

В экспозиции Heidelberg большое внимание будет уделено также всем видам цифровой печати. Самым интересным станет, видимо, NexPress с новым программным обеспечением для персонализации — NexTreme.

Но основное место на стенде Heidelberg займет оборудование для офсетной печати. Весь спектр листовых и рулонных машин, среди которых можно отметить две рулонные печатные машины Sunday с системами автоматической смены форм, а также новый Speedmaster CD74 с секцией УФ-лакирования.

Системы управления производством, позволяющие объединить печатные машины в единый комплекс, будут одной из главных достопримечательностей как на стенде Heidelberg, так и на стенде другого немецкого производителя — MAN Roland. Эта фирма также представит на стенде большое количество печатных машин.

Одним из самых интересных экспонатов выставки станет впервые представляемый в такой конфигурации 16-страничный DicoWEB с секцией газовой сушки для печати на мелованной бумаге. Также на стенде будут представлены несколько рулонных печатных машин MAN Roland, демонстрирующих достижения этой фирмы в области газетной и коммерческой печати.

Еще один немецкий производитель печатных машин, KBA, представит несколько новинок, среди которых Rapida 74 с устройством переворота листа и 10-красочная версия Rapida 105, также с переворотом листа.

ЯПОНЦЫ ПРОДОЛЖАЮТ НАСТУПЛЕНИЕ

ГАРТ уделяет много внимания состоянию российского рынка полиграфического оборудования, поэтому редакция не могла обойти вниманием установку в России еще одной новой листовой офсетной машины японского производства. В борьбе с немецкими производителями машин у японцев шансы не очень высоки, поэтому каждая новая машина — это важное событие для рынка.

В феврале в ИПК ИТАР-ТАСС специалистами компаний Mitsubishi и «Вариант» сдана в эксплуатацию листовая пятикрасочная офсетная печатная машина Mitsubishi 3F-5 формата 72×102 см, оснащенная системой полуавтоматической смены форм.

Ф. Шмайгер, директор ИПК ИТАР-ТАСС, не скрывал своего удовлетворения. По его словам, новое оборудование позволит увеличить объем и номенклатуру выпускаемой продукции. Удовлетворен состоявшейся сделкой и глава представительства Mitsubishi Corporation в России Т. Шиохара, ведь агентство ИТАР-ТАСС известно во всем мире.

По информации, имеющейся в редакции ГАРТ, это вторая машина полного формата фирмы Mitsubishi, официально поставленная в Россию. Еще одна, шестикрасочная, установлена в прошлом году в печатном центре «Мультипринт» в СПб.

ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ МАШИНА ПЕЧАТАЛА ЗАКАЗЫ



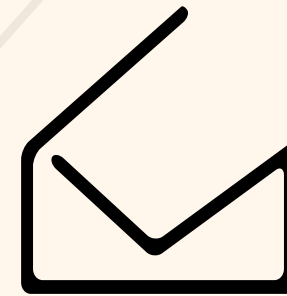
Ф. ШМАЙГЕР ДОВОЛЕН ПРИОБРЕТЕНИЕМ



самые нефигтивные мероприятия

объединенная
рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



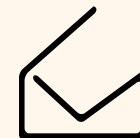
DIRECT PRO

\$300*

ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

специальные
рассылки

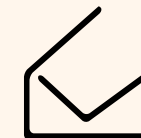
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$0,5*

ЗА ОТПРАВКУ ОДНОГО ЛИСТА
А4** ПО ВЫБРАННОМУ ИЗ БАЗЫ
ДАННЫХ АДРЕСУ. ВЫБОРКА
НЕ МЕНЕЕ 600 АДРЕСОВ.
НЕ ВКЛЮЧАЕТ ЦЕНУ КОНВЕРТА



DIRECT VIP

\$1,5*

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100.
СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

** ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м². ПРИ БОЛЬШЕЙ
ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует более полутора лет. База данных постоянно обновляется и содержит не менее 4200 персональных получателей.



GART DIRECT

107140, Москва, Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217

Телефон/факс:
(095) 264 3708
(095) 264 9722

www.kursiv.ru/gart
E-mail: gart@kursiv.ru



Александр АМАНГЕЛЬДЫЕВ
Издательство
«Курсив»
Генеральный
директор

КНИГОИЗДАНИЕ. НОВЕЙШАЯ ИСТОРИЯ

В социалистические времена мы были едва ли не первыми в мире по выпуску книг. Недаром Советский Союз считался самой читающей страной в мире. На нескольких крупных полиграфических предприятиях процесс производства книг был тогда отлажен до совершенства. Причем, по количеству книг в твердом переплете и качеству их исполнения мы тоже были «впереди планеты всей». Поражали, например, следующие возможности (к которым автор этих строк имел некоторое отношение): за одну ночь материалы очередного съезда партии превращались в книгу в переплете (!), и уже утром ее можно было купить в книжном магазине или киоске «Союзпечать». Боюсь, что ни одно западное издательство не было на это способно. А у нас получалось. Однако с тех пор ситуация сильно изменилась. Когда государство давало деньги на крупномасштабное производство книг — это одно, но когда оно давать их перестало...

Первые серьезные изменения произошли с возникновением кооперативного движения и приходом в полигра-

фию компьютеров. Раньше издательства сдавали в типографию отпечатанные на машинке рукописи и просто ждали, когда книги будут готовы. И если это были не документы партии, процесс их изготовления мог занимать очень много времени. Да и издавали далеко не всех авторов — существовали ограничения и на тематику. Чтобы книга вышла, нужно было, чтобы она попала в план, который утверждался высшими инстанциями. Вся полиграфия была под контролем государства, и соответственно, издать что-либо без его ведома было невозможно.

Первые частные издательства появились в конце 80-х гг. Примерно в то же время при некоторых типографиях появились кооперативы, которые занимались сбором заказов. В типографиях стали появляться хозрасчетные подразделения — источники дополнительного заработка. Таким образом, сложилась инфраструктура, которая легла в основу частного книгоиздательского бизнеса. Естественно, в первую очередь новые частные издательства занялись выпуском книг ранее запрещенной тематики и изданием тех авторов, у которых были проблемы с Советской властью. Именно они были в то время востребованы рынком. На этом многие издательства стали зарабатывать очень хорошие деньги.

У книжных производств, наоборот, возникали серьезные проблемы. Государственные заказы сокращались, деньги на переоснащение не выделялись, оборудование изнашивалось или просто разворовывалось («все равно ведь не используется»). Новые частные издательства не заказывали больших

тиражей (таких как ЦК КПСС) и при этом стремились свести к минимуму затраты на их производство. Многие из них перевели весь допечатный процесс из типографий на свою базу. Хотя это было закономерно, специалисты, которые тогда занимались допечатной подготовкой в частных издательствах, в большинстве своем не обладали должным уровнем профессионализма, который был у работников серьезных государственных издательств. В процессе производства использовался обыкновенный компьютер с набором офисных программ (типа Microsoft Word) и простейший лазерный принтер, на котором на кальку распечатывались страницы будущего издания (так делали фотоформы), которые потом и передавали в типографию для тиражирования. Ни о каком качестве и культуре редактирования, набора, а также полиграфического воспроизведения и речи быть не могло. Однако рынок воспринимал все. Мы, привыкшие к книжному дефициту советских времен (вспомните, как сдавали макулатуру, чтобы приобрести собрание сочинений Дюма), с удовольствием покупали то, что выпускали эти новые издательства.

Вскоре стало понятно, что нужно новому российскому книжному рынку. Издательства стали все больше специализироваться на развлекательном «чтиве» — детективах и любовных романах, которые пользовались массовым спросом. Однако такие издания прочитывают, как правило, 1–2 раза (многократно перечитывать детективы могут лишь самые большие их любители). Соответственно, и технические требования к ним были вполне определенными: блок, отпечатанный в одну краску (как правило, даже без иллюстраций) и яркая многокрасочная обложка (чтобы на лотке книгу заметили). Для уменьшения затрат на производство — бесшвейное скрепление и мягкая обложка.

Бесплатная
ПОДПИСКА
На ГАРТ
www.kursiv.ru/GART



Не пора ли ЗАПРАВИТЬСЯ?

Расходные материалы для офсетной и флексографской печати

Heidelberg Digital
127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2а
тел.: (095) 742 34 57
Digital@ru.heidelberg.com

Адрес магазина:
Даниловская наб., д. 4а, корп. 7
тел.: (095) 913 85 00; 773 80 61
Понедельник-пятница: 10:00-20:00
Суббота: 10:00-16:00

HEIDELBERG

К середине 90-х гг. эта продукция стала массовой. И те полиграфические предприятия, у которых было оборудование для изготовления блоков бесшвейным скреплением, зарабатывали деньги на их производстве. Бывало даже, что некоторые крупные издательства загружали типографию полностью, не давая своим конкурентам размещать в ней заказы. Некоторые производства полностью переходили под контроль издательств. В итоге в нашей стране сформировалось несколько крупных издательств, так или иначе связанных с производством. Все они выпускают огромное количество недорогих изданий в мягкой обложке, которые каждый желающий может купить на лотках у любой станции метро.

Что касается производства книг в твердом переплете, то здесь ситуация иная. Стоимость их изготовления значительно выше, чем изданий в мягкой обложке. Соответственно, издавать любовные романы в переплете издательства не торопились. В первую очередь, переплет требовался для изданий длительного срока пользования (словари, справочники, энциклопедии, произведения классиков), «престижных» изданий (альбомов по искусству,

подарочных изданий) или изданий «интенсивной эксплуатации» (например, учебников). Все перечисленное в начале 90-х гг. выпускать было не интересно. Покупательская способность населения была не настолько велика, чтобы оправдать производство «престижных» изданий, а учебниками занималось государство. Для производства справочников и энциклопедий требовалась огромная редакционно-издательская работа, а спрос на эту продукцию был небольшим.

В результате оборудование для производства книг в твердом переплете на многих предприятиях просто простаивало и приходило в негодность. А если учесть, что брошюровочно-переплетный участок — едва ли не половина всего полиграфического производства, то можно легко понять, как чувствовали себя предприятия, которые были технически ориентированы на производство книг в переплете.

Прошло время, и в нашей стране стали выпускать качественные дорогие книги — повысилась платежеспособность населения, и на них появился спрос. Однако большинство издательств печатают такие книги за рубежом. В нашей стране пока еще очень

мало типографий, которые могут высококачественно отпечатать книги в цвете, а потом еще и переплести их на высоком уровне.

Тем не менее, книгоиздание в нашей стране постепенно выходит на цивилизованный уровень. В книжных магазинах можно найти практически любую книгу. К сожалению, далеко не все они изготовлены у нас в стране. И, как мне кажется, наши типографии могли бы побороться за эти заказы. Но для этого нужна не только современная печатная база (которая формируется у нас достаточно активно), но и соответствующий брошюровочно-переплетный комплекс. И хотя переплетное оборудование устаревает не так быстро, как печатное, тем не менее, оно изнашивается и его необходимо обновлять. В этом плане отрадно, что на выставке «ПолиграфИнтер 2001» впервые за многие годы демонстрировались (и были проданы) ниткошвейные автоматы. Предприятия постепенно начинают формировать парк оборудования для производства книг в переплете. А значит, можно надеяться, что заказы на их производство вернутся из-за рубежа обратно.



Уникальная коллекция послепечатного оборудования

Экспертиза, консультации, установка, сервис

Финишная обработка — решающий этап в выполнении любого заказа. Квалифицированные специалисты компании «НИССА» помогут Вам укомплектовать линию послепечатного и отделочного оборудования из агрегатов ведущих мировых производителей, оптимально соответствующую задачам Вашего производства.

- бумагорезальное оборудование различной степени автоматизации (Германия)
- всё для изготовления упаковки и этикетки
- оборудование для пооперационного изготовления книг в твердом переплете (Германия)
- термоклеевое оборудование
- фальцмашины: максимальные возможности на минимальной площади (Германия)
- линии для производства конвертов и пакетов
- высокоинтеллектуальные листоподборочные комплексы (Япония)
- проволокошвейное оборудование — от простых аппаратов до высокопроизводительных линий
- лакировальные машины

Ульяновск «НИССА-Волга» (8422) 365-175
Волгоград «НИССА-Регион» (8442) 735-095
Екатеринбург «НИССА-Урал» (3432) 554-452
Новосибирск «НИССА-Сибирь» (3832) 106-035
Казань «АБАК» (8432) 729-460

Фирма «НИССА Центр»
тел.: (095) 956-7719, факс: (095) 259-9589,
<http://www.nissa.ru>, E-mail: nissa@nissa.ru

nissa centre

Полиграфическое оборудование: ■ допечатное ■ листовой офсет ■ цифровой офсет ■ флексографская печать ■ ролевая печать ■ послепечатное оборудование

заваленные продукцией. Все это началось с того, как генеральным директором стал В. И. Узун?

С. Б.: Да. Все изменилось достаточно резко в связи с приходом Владимира Ильича. Он принес свои идеи, уверенность в том, что типография может работать. Образовался совершенно другой подход к проблеме загрузки. В середине 90-х был серьезный спад производства, причем, не только у нас: стояли и Смоленск, и Можайск, и Тверь. Потом начали потихонечку работать, раскрутились, поняли, куда надо двигаться.

В середине 1999 г. в типографии работало 542 чел., сегодня — около 900. Когда пришел Владимир Ильич, мы производили ежемесячно 350–360 тыс. экз. книг в твердом переплете, а сейчас делаем 1 900 тыс., а иногда и более 2 млн экз. Выросло и производство книг в мягкой обложке. Хотя эта позиция — тяжелая, потому что себестоимость их производства у нас выше, чем на других предприятиях. Тем не менее, мы делаем в месяц 2,5–3 млн экз.

ГАРТ: Так много?

С. Б.: Да, для нас это профильная продукция. Ведь в самый удачный, 1989 г., мы выпустили 26 млн экз. книг в твердом переплете и 75 млн экз. — в мягкой обложке.

Одно время заказов на мягкую обложку не было вообще, а сейчас стали появляться. Видимо, связано это с грамотной маркетинговой политикой издательств. Появились брэнды, сопровождаемые мощной информационной поддержкой, в том числе по телевидению. Издания выходят и в дорогом исполнении, и в дешевом брошюрном варианте. За счет этого и стал расти соответствующий сектор рынка.

ГАРТ: Каковы отношения «Красного Пролетария» с издательством «Олма Пресс»?

С. Б.: Мы являемся партнерами. «Красный пролетарий» находится в подчинении Министерства печати, и с «Олма» нас связывает десятилетнее сотрудничество. За эти годы «Олма Пресс» стало одним из крупнейших российских издательств, и на сегодняшний день является нашим основным заказчиком.

За «Олма» по объему заказов следуют издательства «Эксмо» и «Дрофа». Эти «три кита» дают нам основную загрузку. Кроме того, мы работаем с не менее уважаемыми издательства-

ми — «АСТ», «Международная пано-рама», «Республика» и др.

ГАРТ: Интересно, у «Эксмо» есть «Тверской полиграфкомбинат». Почему это издательство печатает так много книг у вас?

С. Б.: Они размещают у нас лишь работы, требующие сжатых сроков выполнения. А по основной загрузке мы конкурировать не можем. В Твери дешевле.

ГАРТ: Разве и в книгоиздании бывают сжатые сроки?

С. Б.: Бывают. Например, презентация книги проходит раньше, чем выходит тираж. Понятно, когда тираж этот пилотный, издатель прощупывает рынок, и выясняет, что спрос на книгу будет не 5 тыс., как ожидалось, а не менее 15. Между презентацией и тиражом не должно пройти много времени, поэтому издатель начинает искать, где можно побыстрее напечатать книгу.

ГАРТ: И каким может быть минимальный срок производства книги?

С. Б.: Все зависит от ее объема. Если очень нужно, можем тираж 5 тыс. за пять дней напечатать. Производство у нас очень большое, за месяц проходит порядка 400 наименований книг. Планирование настолько жесткое, что существуют почасовые графики. Поэтому когда заказчик говорит: «Сделайте мне книгу за пять дней», мы ее сделаем, но для нас должна быть привлекательной цена. Тогда мы что-то из плановых работ «прижмем» по договоренности с заказчиком, а эту работу пропустим, но и заработаем.

ГАРТ: Сергей Александрович, «Красный Пролетарий» расположен в центре Москвы. Считается, что здесь нельзя наладить нормальное полиграфическое производство — и зарплаты высокие, и арендная плата за землю и т. п. Как же Вы ухитряетесь иметь такую высокую загрузку?

С. Б.: Хитрости никакой нет. Мы просто работаем и стремимся занять лидирующие позиции на рынке.

Содержать такое большое производство в Москве действительно сложно, но поживем — увидим. Наша цель — доказать себе и коллективу, что жить и работать в полиграфии сейчас можно, даже в государственном секторе. Нам удается держать достаточно высокий для государственного сектора уровень заработной платы.

Основная проблема — приватизация, для которой ищется разумное решение. Частных предприятий такого масштаба в полиграфии практически нет. А госпредприятие для инвесторов интереса не представляет.

ГАРТ: Давайте поговорим об оборудовании, которое установлено в типографии.

С. Б.: Машины сегодня уже практически амортизированы и есть потребность в новых. Степень износа составляет 75–80%. Но имея даже такой старый парк оборудования, мы все-таки работаем, и книг в твердом переплете выпускаем столько же, сколько в конце 80-х гг., когда прошло переоснащение.

В последние несколько десятилетий советского периода «Красный пролетарий» был подразделением Управления делами ЦК КПСС. Вся полиграфическая база формировалась здесь с учетом выпуска массовой политической литературы. А это, в основном, черно-белая печать. В свое время был огромный ленточный парк, а цветная офсетная печать была как придаток — для печати обложек, плакатов.

ГАРТ: Но вы же печатаете цветные книги.

С. Б.: Примерно 15–17% книг в твердом переплете — цветные. У нас нет многокрасочных рулонных машин — может быть, это наш минус. С другой стороны, тиражи цветных изданий невелики. Есть, правда, ряд издательств, которые печатают большие тиражи цветных книг, но они требуют такого качества печати, которое не могут дать рулонные машины, работающие в российских типографиях.

Мы печатаем цветные книги на листовых офсетных машинах. Они прекрасно справляются, но мощностей уже

МАШИН МНОГО. ЕСТЬ И ДОСТАТОЧНО ЭКЗОТИЧЕСКИЕ



ЗАГРУЗКА У ТИПОГРАФИИ НА САМОМ ДЕЛЕ ВЫСОКАЯ



не хватает, и в ближайших наших планах — расширение печатного парка.

ГАРТ: Вы имеете в виду листовые машины?

С. Б.: Да, о новых импортных многокрасочных рулонных машинах мы пока не задумываемся — это огромные траты, которые мы не можем сегодня себе позволить.

ГАРТ: Что за цветные книги вы печатаете? Много ли книг печатается на мелованной бумаге?

С. Б.: Соотношение следующее: 25–30% — детские энциклопедические издания, 40% — издания для детей дошкольного возраста, остальное — православная литература. А на мелованной бумаге мы печатаем немного.

ГАРТ: Тиражи черно-белых книг тоже сильно упали или нет?

С. Б.: Бывают большие тиражи. Например, Маринина, Донцова — бывают и 100-, и 200-тысячные тиражи.

ГАРТ: Книжный бизнес — сезонный?

С. Б.: Да, спад происходит летом, но для нас он менее ощутим, поскольку мы печатаем много детской литературы и учебников, на которые летом спрос больше.

ГАРТ: Ходят слухи, что книжный рынок может умереть. Люди покупать книги не могут, зарплаты совсем маленькие.

С. Б.: За последние два-три года объем книжного рынка, безусловно, сократился. Но это не значит, что он умирает. Основным потребителем книг является центральный регион России. Питер, Москва, крупные города, где люди получают стабильную зарплату. Регионы тоже покупают. Конечно, не в таком объеме, но региональная торговля существует. Там продается больше дешевых книг, но они продаются.

На Западе многие считали, что книга умрет, но все стабилизировалось. Книги и журналы продаются достаточно стабильно. Для ближайших десятилетий книги во всяком случае как чтение «для души», будут преобладать. Трудно делать прогнозы. Переориентация книжного рынка происходит постоянно. Общий объем сокращается, но растет объем дорогих и очень дорогих книг. По цене 1,5–2 тыс. руб. Делать дорогие книги — значит играть «по-крупному». Они требуют более длительного периода производства, минимум месяц. Можно потратить много сил и не получить прибыль из-за колебания курса доллара. Мы такие книги не печатаем, это узкий рынок, но достаточно живой.

ГАРТ: А почему существуют издательства, которые печатают книги за грани-

цей? Чем российская типография не может их удовлетворить?

С. Б.: Одна из причин в том, что мы уступаем по качеству продукции. Даже не по качеству печати, а по расходным материалам, и как следствие, по всем технологическим процессам — бумага подешевле, значит, и печать похуже. Та же ситуация с отделочными материалами: переплет, фольга...

Для того, чтобы собрать в России книгу из хороших импортных материалов, надо потратить много денег. Несмотря на то, что трудовые и энергетические ресурсы более дешевые, материалы все же перевешивают, и печатать высококачественные книги издательствам выгоднее за границей.

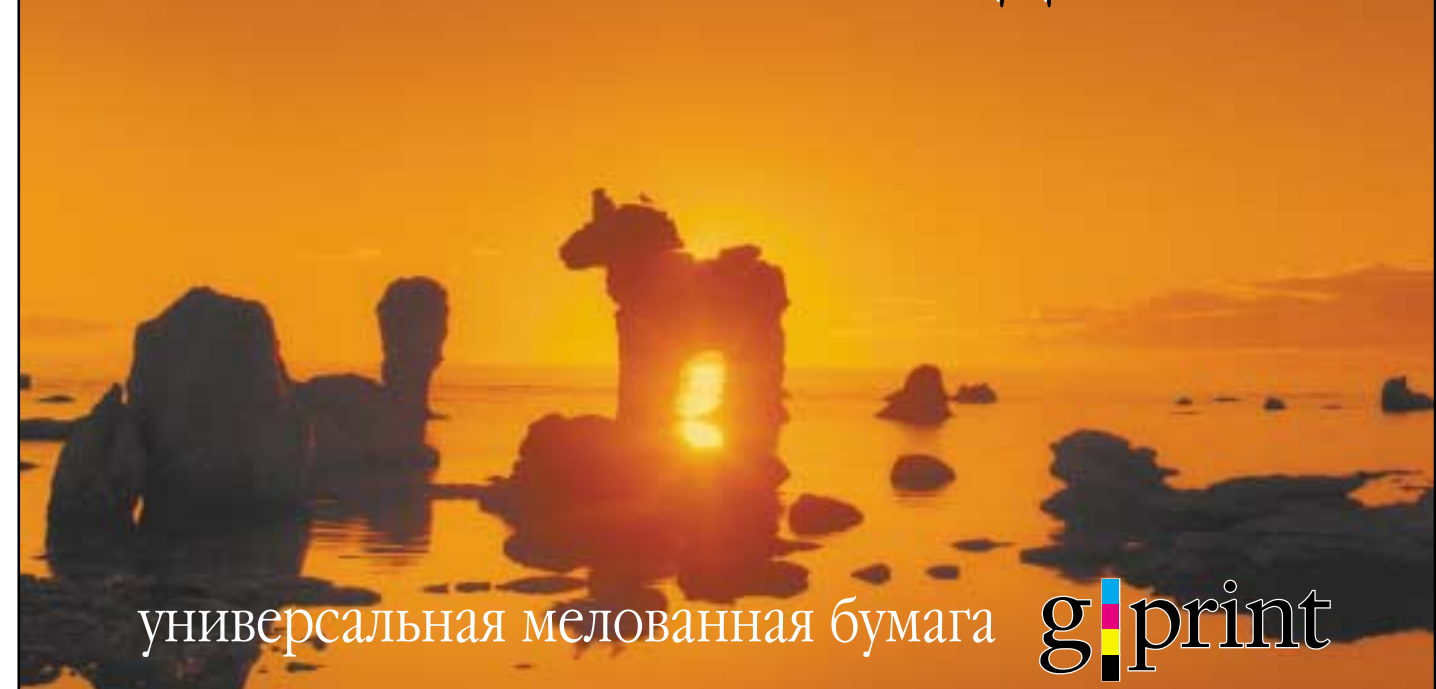
ГАРТ: А что вы думаете о введении НДС?

С. Б.: Я не думаю, что введение НДС вызовет какие-то серьезные потрясения или изменит ситуацию с импортом книг.

ГАРТ: Если исходить из того, что общий объем российского книжного рынка около 400 млн экз., то получается, что «Красному пролетарию» принадлежит не меньше 10%?

С. Б.: Получается, что так.

УЗНАВАЕМА ВСЮДУ!



универсальная мелованная бумага **g!print**



РЕГЕНТ-АПТ
ТОРГОВАЯ СИСТЕМА

www.regentgroup.ru

Управления сбыта полиграфматериалов: Москва: (095) 924-0038, 924-0117 Алматы: (3272) 44-2424 Екатеринбург: (3432) 55-5190 Казань: (8432) 43-9401 Киев: (044) 441-8749 Краснодар: (8612) 57-4027 Нижний Новгород: (8312) 31-3100 Новосибирск: (3832) 11-9800 Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522 Самара: (8462) 35-3741 Санкт-Петербург: (812) 320-7170 Тверь: (0822) 55-1116 Тула: (0872) 35-6362 Уфа: (3472) 32-9888 **Оптовые поставки в регионы:** Москва: (095) 956-6623, 956-6624

Импорт мелованной бумаги в 2001 г.

Как и обещали, публикуем статистику по импорту в Россию мелованной бумаги. Результаты второго полугодия еще более убедительны, чем итоги первых шести месяцев, приведенные в ГАРТ 12-2001. Импорт мелованного картона в 2001 г. вырос на 50% по сравнению с 2000 г., мелованной бумаги — не настолько, но 38% — тоже очень хороший показатель.

Вообще, ситуация на бумажном рынке после в конце 2001 — начале 2002 гг. была несколько неопределенной. Связано это с активным контролем таможенной стоимости со стороны таможенных органов — то, о чем в декабре говорили как о возможном варианте развития событий, в феврале стало реальностью. В конце января заместитель председателя ГТК России дал указание «...обеспечить контроль пра-

вильности заявляемой декларантами таможенной стоимости...» К письму ГТК прилагается очень подробная инструкция, в соответствии с которой таможенная стоимость и контролируется. В инструкции содержатся не только минимальные цены на импортную бумагу, но и подробное описание процесса ее производства, а также не менее подробная классификация бумаг. Рассказано даже, как отличить мелованную бумагу от немелованной.

Теперь стоимость импортной мелованной бумаги не может быть ниже 600 долл./т (для легкомелованных бумаг в рулонах). По нашей информации, средняя таможенная стоимость мелованной бумаги в 2001 г. была ниже 400 долл., а картона — около 450 долл.

Таким образом, импортная мелованная бумага в России подорожает на 50–100 долл. за тонну. Коснется эта проблема всех, потому что с повышением цены на бумагу вырастет и стоимость печатной продукции, особенно той, где цена материалов составляет большую часть себестоимости продукции. А в первую очередь — это этикетка и упаковка. Вот так.

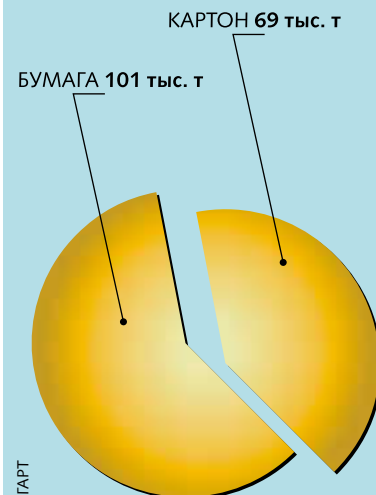
По российской привычке экономить, особенно при уплате налогов, таможен-

ные брокеры всегда занимались занижением цены. Сложившаяся ситуация столкнула интересы импортеров и экспортеров. Одним нужно было завозить подешевле, а другим — вывозить подороже. По мнению ГТК, около половины стоимости бумаги составляет стоимость сырья для ее производства. Подсчеты выявили интересный факт: декларируемая стоимость целлюлозы, экспортируемой из России, выше, чем декларируемая стоимость бумаги, импортируемой в Россию.

ИНТЕРЕСНАЯ СТАТИСТИКА

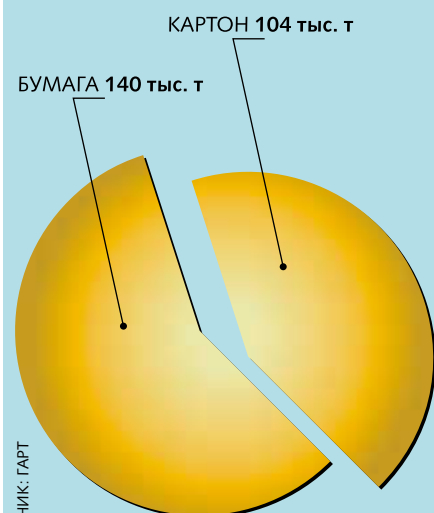
ИМПОРТ В РОССИЮ МЕЛОВАННОЙ БУМАГИ И КАРТОНА

ЯНВАРЬ — ДЕКАБРЬ 2000 г.



ИСТОЧНИК: ГАРТ

ЯНВАРЬ — ДЕКАБРЬ 2001 г.



ИСТОЧНИК: ГАРТ

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

**ХОТИТЕ СТАТЬ
ПРОДВИНУТЫМ
КЛИЕНТОМ?**
WWW.PRINTOFFICE.RU
Станьте активным пользователем нашей системы.

Теперь Вы можете, не выходя из офиса, выводить фотоформы через Интернет. Пользователи системы получают: личный доступ к ftp-серверу для передачи файлов больших объемов; личный доступ к http-серверу для оформления заказов на следующие виды работ: дизайн, верстка, фотовывод, спуск полос, изготовление цветопроб, широкоформатная печать; автоматический подсчет предварительной стоимости заказа по e-mail; автоматическое подтверждение об исполнении заказа по on-line; отображение состояния своего счета в режиме on-line; отображение статистических данных по своим заказам.

Бесплатные консультации
проводит специалист отдела
автоматизации и
интернет-решений
Павел Косенко

ТОЛЬКО

с 1 марта по 1 августа 2002 г. каждый
ПЯТЫЙ клиент, оформивший первый
заказ через Интернет, станет
обладателем годовой подписки на
журнал Publish.
Получателей журналов известят по
электронной почте.

ПРЕПРЕСС-БЮРО

CALL 202.56.42 / 202.86.80
229.32.71 / 229.34.05

WWW.PRINTOFFICE.RU E-mail: prepress@printoffice.ru

**ВЫРАЖАЙТЕСЬ
ПЕЧАТНО**



Новый взгляд на бумагу
Качественная мелованная бумага

АБ

Внимание!

В интервью главы представительства «ЮПМ-Кюммене» в Москве, опубликованном в ГАРТ 12-01, была допущена ошибка: среди наших основных партнеров по продажам этикеточных и мелованных бумаг не была названа фирма «Дубль В». Приносим свои извинения читателям и фирме «Дубль В» за это досадное недоразумение.

В. Ф. Ларин

ФГУП «Полиграфические ресурсы»

приглашает на семинар «Оборудование и расходные материалы», который состоится 14 марта в 12:00 в конференц-зале павильона №4

КВЦ «Сокольники» в рамках выставки LabelShow-2002

На семинаре выступят:

Сулакова Л. И. — начальник лаборатории формных процессов ВНИИ Полиграфии;

Лавринов И. Г. — начальник производственного центра филиала «Зарайский офсет»;

Сторчилов О. Н. — начальник отдела полиграфматериалов по формным процессам ФГУП «Полиграфические ресурсы»;

Объедкова Е. В. — начальник отдела полиграфматериалов по отделочным процессам ФГУП «Полиграфические ресурсы»

Свое участие можно подтвердить по тел.: 925-5433, 924-5102; факс: 924-8774 или по e-mail: reklama@polygr.ru info@polygr.ru

ЧЬИ КНИГИ БОЛЬШЕ ЛЮБЯТ ПОСЕТИТЕЛИ СУПЕРМАРКЕТОВ

Широкая сеть книжных магазинов за последние годы была практически уничтожена. Одним из альтернативных каналов распространения периодических изданий и книг является торговля в супермаркетах «Седьмой континент», «Рамстор», «Перекресток», «Копейка», «Прод-Мак» и др., сети которых стремительно растут.

Такой канал распространения принадлежит компании «Центр дистрибуции прессы», входящей в группу «Логос». В 1998 г. компания первой предложила супермаркетам реализацию печатной продукции, а в 1999 г. был создан пакет услуг по продвижению прессы. Сегодня практически все ведущие издательские дома, работающие в России, сотрудничают с «Центром дистрибуции прессы».

В феврале были опубликованы январские рейтинги по различным категориям печатной продукции. Фрагменты этих рейтингов приведены ниже.

Рейтинг издателей-поставщиков книжной продукции по объему продаж (январь 2002 г.):

1. «Эксмо-пресс»
2. «Что почитать»
3. «Росмэн»
4. «Олма Пресс»
5. «Буки»
6. «Эгмонт Россия»
7. «Ларго-Пресс»
8. «Аякс-пресс»
9. «Этрол»
10. «Здоровье»
11. Аврс
12. Новый Свт Инвст
13. Книжный Клуб 36.6 ИКТФ
14. Руз Ко
15. Алин-Прсс
16. Союзкниготорг
17. Афиша Индастриз
18. Максима ИЦ
19. ПБОЮЛ Богат И.Е.
20. Саргона-Про

Рейтинг супермаркетов Москвы по объему продаж печатной продукции (январь 2002 г.):

1. «Рамстор-2» (Марьино Роща)
2. «Рамстор-1» (Кунцево)
3. «Седьмой Континент-7» (Фестивальная)

4. «Рамстор-8» (Каширская)
5. «Седьмой Континент-2» (Смоленский)
6. «Рамстор-9» (Сокол)
7. «Седьмой Континент-1» (Б. Лубянка)
8. «Седьмой Континент-14» (Изумрудная)
9. Магазин «Балко»
10. «Седьмой Континент-11» (Осенний бульвар)
11. ТД «Крестовский»
12. «Седьмой Континент-15» (Богородский)
13. «Рамстор-6» (Комсомольская)
14. «Рамстор-5» (Митино)
15. «Седьмой Континент-9» (Днепропетровская)

Рейтинг издательств-поставщиков периодики по объему продаж (январь 2002 г.):

1. «Бурда»
2. «Семь дней»
3. «Топ Дистрибьюшн Сервисез»
4. «Медиа ПАРК»
5. «ИнПринт Медиа ИД»
6. «МК-Агентство»
7. «Эгмонт Россия»
8. «Апрель»
9. «Индепендент Медиа»
10. «АРИА-АиФ»
11. «С.-инфо»
12. «Коммерсантъ. Инком-Пресс»
13. «Авторыевю»
14. «Пронто-Москва»
15. «Мегаполис-экспресс»

Хит-парад периодических изданий по объему продаж (январь 2002 г.):

1. «Семь дней»
2. «ТВ-парк»
3. «Цветной телевизор»
4. «Аргументы и факты»
5. «ТВ парад»
6. «Отдохни!»
7. «Лиза»
8. «Разгадай»
9. «МК в воскресенье»
10. «Сериал»
11. «Авторыевю»
12. «777»
13. «Гвоздь сезона»
14. «Московский комсомолец»
15. «Русский кроссворд»
16. «МК-бульвар»
17. «Клаксон»
18. «Спид-инфо»
19. «Караван»
20. «Тещин язык»

ИНТЕРЕСНАЯ СТАТИСТИКА

КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
СОКОЛЬНИКИ



Россия LabelShow 2002

Москва

8-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА МАТЕРИАЛОВ, МАШИН, ОБОРУДОВАНИЯ
И ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ЭТИКЕТОЧНОЙ
ПРОДУКЦИИ И НАНЕСЕНИЯ МАРКИРОВОЧНЫХ
ЗНАКОВ НА УПАКОВКУ
ФЛЕКСОПЕЧАТЬ

ЭТИКЕТКА – 2002

13–16 марта 2002 года

www.labelshow.ru

Организаторы:

Культурно- выставочный центр "СОКОЛЬНИКИ"

Ассоциация "СОЮЗУПАК"

Журнал "ТАРА И УПАКОВКА"



При поддержке:

Министерства промышленности, науки и технологий РФ
Комитета торгово-промышленной палаты РФ по упаковке
Московской торгово-промышленной палаты РФ



Генеральный спонсор
Avery Dennison Fasson Roll Europe



Культурно- выставочный центр "СОКОЛЬНИКИ"

107113, Россия, Москва, Сокольнический вал, 1, павильон 4, тел.: (095) 268-14-07, 268-63-23, факс: (095) 268-08-91, 269-42-62
www.exposokol.ru, e-mail: v_v@exposokol.ru