

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 2 (68) ■ 2006

ОПЯТЬ
ЛОНДОН

с. 22

СИСТЕМЫ СТР

На нашем сравнительно небольшом рынке нормальный менеджер по продажам должен знать клиентов в лицо

А. Романов (с. 3)

Если честно, то так работать страшно. На фотовыводе у нас все дублировано, а устройство СТР — одно

О. Балан (с. 5)

Никто не смог убедить меня в том, что фиолетовая система будет для нас не хуже термальной. Единственный довод — цена

Ю. Захаржевский (с. 8)



Ольга БАЛАН
«Выражайтесь печатно»
Генеральный директор

ГАРТ: Ольга, известно, что «Выражайтесь печатно» — одно из крупнейших московских препресс-бюро. Как дела на этом рынке?

О. Б.: Сейчас можно сказать, что в Москве он прекратил свой рост. Уходят крупнейшие игроки. Если до 2003 г. еще наблюдался рост объемов, то в 2005 г. он совсем прекратился. Первыми из клиентов, которые ушли, были редакции журналов. А ведь их объем составлял достаточно большую долю в нашем бизнесе. Сначала это были издательства, которые размещали заказы в зарубежных типографиях, куда стали передавать файлы. Потом появились системы СТР и в наших журнальных типографиях...

ГАРТ: Как Вы оцениваете позиции «Выражайтесь печатно» на московском рынке сегодня?

(Продолжение на с. 4)



Юрий ЗАХАРЖЕВСКИЙ
МолоПак
Технолог

ГАРТ: Юрий, Вы, видимо, самый дошный покупатель систем СТР. Менеджеры поставщиков оборудования вздрагивают, наверное, когда секретарь говорит им: «Вам звонит Захаржевский»?

Ю. З.: Я не знаю, вздрагивают они или нет, но то, что многие не знают технику и материалы, которые продают, и даже не пытаются вникнуть в тонкости бизнеса клиента — это точно. При этом еще пытаются давать категорические советы в стиле «тебе это не нужно». Да откуда они знают, что мне нужно, а что нет, если я еще сам этого не знаю? Вот говорили, что больше чем 2400 dpi в реальной жизни не понадобится. Понадобилось, пришел клиент, которому необходима была печать на лентичулярном пластике. И он захотел сделать тест: простенькие штрихи.

(Продолжение на с. 8)

Пять новых коллекций дизайнерской бумаги из Японии

Звёздное небо

Пять чувств

Фудзияма

Пастель

Сакура



Комус
П С Б К

Москва,
тел: (495) 729-54-64
www.bumaga-komus.ru

Санкт Петербург (812) 325-51-21
Екатеринбург (343) 377-73-93
Новосибирск (383) 227-66-84
Казань (843) 518-54-54
Нижний Новгород (8312) 69-37-28

Самара (8462) 70-75-10
Омск (3812) 40-17-78
Краснодар (861) 210-07-14
Челябинск (351) 236-31-80

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.gart.ru**E-mail:** gart@kursiv.ru**Учредитель:** издательство «Курсив»**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru**Адрес редакции:**

Москва, ул. Электровзводская, 37/4, стр. 7

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (495) 725 6001, 950 5324**Подписано в печать:** 10.03.2006**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 685**Печать офсетная. Тираж** 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2006

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**НЕКОТОРАЯ
ЭВОЛЮЦИЯ**

Мне кажется, что наш российский рынок систем СТР преодолел первый этап своего развития и перестал быть похожим на стамбульский, на котором автор побывал 15 лет назад — там тогда непрерывно хватили за руки и предлагали зайти что-нибудь очень дешево купить. Теперь он похож на наш московский, «Рижский», например. Продавцы, конечно, активно продвигают свои продукты, но они — по ту сторону прилавка. Говорят слова, разводят руками, демонстрируют образцы, но на расстоянии. За руки никто клиентов не хватает.

Если же остановишься напротив конкретной продавщицы и поинтересуешься ценой на розы, то она вежливо и с достоинством ее объявит. Добавит еще, что ее розы «с Эквадора» и они существенно лучше, чем те «с Голландии», что у соседки. Правда, на поверку розы окажутся из Колумбии, что будет однозначно следовать из надписи на упаковке, но продавщица зачем-то будет долго клясться, что она чуть ли не сама ездила их срезать именно в Эквадор. Небольшая нестыковка, тем не менее, эволюция налицо.

Был такой случай еще на «Полиграф-Интер 2004», я проходил мимо цифровой печатной машины и посмотрел на продукцию, которую она печатает. Меня тут же буквально атаковал молодой человек из фирмы-поставщика и предложил рассказать мне ВСЕ об этой машине. Услышав в ответ, что это я могу рассказать ему ВСЕ о ней, он очень удивился, но тут подошли его коллеги, отвели молодого человека в сторону, сказали что-то на ухо, и он исчез. Мы с ними потом долго смеялись.

Мне кажется, на нашем сравнительно небольшом рынке нормальный менеджер по продажам должен знать клиентов в лицо. А вот хорошего менеджера отличает еще и то, что его знают в лицо клиенты — и совсем не для того, чтобы вовремя свернуть в другой проход при встрече на выставке.

Это традиционный номер ГАРТ про СТР. В нем участвуют поставщики систем и два пользователя этой технологии. Пользователи, по-моему, очень интересные. Так получилось, что и в «МолоПак», и в «ИТАР-ТАСС» установлены термальные системы СТР, да еще и одного производителя. Тем не менее, это совсем не означает, что пришел конец фиолетовым технологиям или термальные системы других производителей чем-то хуже.

Кстати, о поставщиках. Мы не стали в этот раз смягчать и сглаживать их ответы, у нас ведь пока еще не лондонский Harrods, а «Рижский рынок». Поэтому в некоторых интервью поставщиков есть не самые корректные упоминания о конкурирующих системах и технологиях. Но надеюсь, что постоянные читатели ГАРТ и так знают, что, возможно, розы «с Голландии» ненамного хуже колумбийских ;-)

**Андрей Романов,
главный редактор**

Р. С. Голландия, Колумбия и Эквадор упоминались только в связи с выращиванием роз. Нет ищите аналогий с производством систем СТР или расходных материалов в этих странах.

**ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ ГАРТ****МАРТ 2006:**
ЭТИКЕТКА**АПРЕЛЬ 2006:**
ДИЗАЙН И БИЗНЕС**МАЙ 2006:**
ИЗДАТЕЛЬСТВО**ИЮНЬ 2006:**
УПАКОВКА

Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»



Бумага мелованная матовая
UPM Finesse silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Ольга БАЛАН

(Продолжение. Начало на с. 1)

О. Б.: Я полагаю, что если судить только по объему вывода пленок, то мы делим первое-второе место с одним из конкурентов. Мы уходить не собираемся и планируем обновление парка оборудования — замену одного из наших фотовыводных устройств.

ГАРТ: Вам повезло, ведь Sreen — один из немногих производителей, кто продолжает делать фотовыводные устройства. Многие уже прекратили.

О. Б.: Да, у нас два устройства большого формата этой фирмы. И они прекрасно работают уже многие годы. Очень надежные машины.

ГАРТ: В какой-то момент вы решили в дополнение к фотовыводным устройствам приобрести широкоформатные принтеры?

О. Б.: Да, было принято такое решение, и оно оказалось верным. Но сначала мы приобрели устройство Agfa Grand Sherpa 50 для вывода цифровой цветопробы. Эта услуга оказалась востребованной и вполне рентабельной. Изготовление аналоговой пробы, кстати, тоже продолжает оставаться весьма востребованной услугой.

ГАРТ: Ну это понятно. Даже нам до сих пор из крупных сетевых агентств привозят рекламу на CD, но прилагают к ним аналоговую пробу. Как-то даже пленки привезли, забыли выкинуть.

О. Б.: Для устройства цифровой цветопробы мы построили профиль под имеющийся у нас аналоговый Cromalin. Есть клиенты, которые привозят свои профили, например, для флексографии, и мы делаем для них цифровую пробу.

ГАРТ: Следующим шагом стало предложение услуг по выводу форм на системе СТР?

О. Б.: Да, допечатные процессы стали развиваться в область цифровых технологий, о чем свидетельствуют ставшие уже привычными инсталляции СТР-систем. Если ты хочешь продолжать работать на рынке услуг допечатной подготовки, ничего не остается делать, как задуматься о приобретении такой системы. У нас есть квалифицированные специалисты, отработанные технологии, хорошая клиентская база, уникальная автоматизированная система управления прохождением заказов и большой опыт работы. Нашим основным партнером является типография ИПК «ИТАР-ТАСС», которой тоже требовалась система СТР. Поэтому полтора года назад мы ее приобрели и начали работать.

ГАРТ: Но есть же пугающие факторы. А вдруг система СТР сломается? А вдруг придет клиент, которому нужны пластины «косого» формата, которых у вас нет? Есть еще много «а вдруг». И самый простой вопрос — во что паковать готовые формы для перевозки их к клиенту. Это ведь не пленки, с которыми нет проблем.

О. Б.: Насчет последнего вопроса — все именно просто. С этим сегодня никаких проблем нет. Пакуем в пачки от пластин, прокладываем той же бумагой. У нашей типографии достаточно большой объем потребления, поэтому пачек на сторонних клиентов пока хватает. Иногда просим клиентов, чтобы они передали нашему водителю накопившуюся у них упаковку. Все получается нормально. Нам, кстати, предлагают сделать специальную упаковку из

гофрокартона, но пока еще этот проект не реализован.

ГАРТ: И ни разу не было проблем, связанных с транспортировкой?

Зачем типографии, не обладающей большим парком машин, тратить деньги на допечатное оборудование, когда можно заказать готовые формы у нас? Не надо терять время, платить зарплату монтажисткам, нет необходимости в дополнительном оборудовании и площадях...

О. Б.: Были. Одна поцарапанная форма в квартал — это проблемой назвать нельзя.

ГАРТ: А как дела с клиентами?

О. Б.: Первым нашим клиентом стал, конечно, ИПК «ИТАР-ТАСС». Когда мы запустили СТР-систему, то сразу оповестили всех заказчиков, которые выводили у нас пленки. Потом появился первый сторонний клиент с хорошим объемом вывода форм на СТР. Некоторые типографии сначала пробовали

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

Если Вы не получаете ГАРТ и ГАРТ digital, но хотели бы получать их регулярно — заполните и пришлите в редакцию по факсу или по почте эту анкету. Аналогичную анкету можно заполнить в Интернете на сайте www.gart.ru

Ваша фирма — это:

- ☐ Коммерческая типография
- ☐ Газетная типография
- ☐ Книжная типография
- ☐ Журнальная типография
- ☐ Предприятие флексографской печати
- ☐ Репроцентр, препресс-бюро
- ☐ Рекламное агентство
- ☐ Поставщик материалов или оборудования
- ☐ Издательство

☐ прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

вывод СТР-форм на разовых заказах. Но в какой-то момент ситуация значительно изменилась, и объем заказов существенно вырос. Сейчас у нас около десяти клиентов, для которых мы выводим весь их объем. Плюс еще те, которые обращаются к нам только от случая к случаю.

ГАРТ: Для типографий этот сервис получается экономически выгоден?

О. Б.: Да, зачем типографии, не обладающей большим парком оборудования, тратить деньги на допечатное оборудование, когда можно заказать готовые формы у нас? Не надо терять время, платить зарплату монтажникам, нет необходимости в дополнительном оборудовании и площадях... Цена для типографии составляет 720 рублей за м². Для нас, кстати, этот бизнес не такой выгодный, как фотовывод. Там прибыль выше.

ГАРТ: Но если число клиентов вырастет, то вам придется иметь на складе очень большой ассортимент пластин?

О. Б.: Да, придется. И это проблема. Сегодня у нас на складе пластины восьми форматов. В конце прошлого года пришел крупный клиент, у которого есть печатная машина полного формата. Формат пластин (800x1030 мм) был

достаточно редкий, но совпадавший с одним из форматов типографии «ИТАР-ТАСС». Мы работали тогда на пластинах Creo, но объем потребления существенно увеличился, и они в декабре у поставщика закончились.

Пришлось искать термальные пластины в Москве. Никто таких не завозил, потому что машин этого формата в Москве всего три-четыре. Мы долго искали и нашли пластины еще у двух поставщиков материалов. Они были несовместимы с нашей химией. Это стало нашей головной болью. Каждый день сначала выводили пластины других форматов, потом сливали эту химию из процессора, заливали в него другую и выводили пластины других производителей. Потом опять заливали нашу химию. Было много казусов, но мы справились. Я надеюсь, что никто, кроме нас, такого «веселья» себе не устраивал.

Но теперь мы перешли на новую химию, с которой совместимы пластины трех производителей. Так что проблем станет меньше.

ГАРТ: Поставщику пластин непросто работать с таким клиентом, как вы. Как угадать ваше потребление на три месяца?

О. Б.: Никак. Приходят клиенты с очень «оригинальными» форматами пластин, которых нет ни у одного поставщика. Приходится подрезать им формы под формат. Ничего не подделаешь. Случались проблемы, которые приходилось решать, используя аналоговый процесс. Просили типографию помочь.

ГАРТ: Интересно, а как подбираются клиенты? По территориальному принципу?

О. Б.: Что касается вывода пленок, мы работаем со всеми районами Москвы, Подмоскovie и другими регионами России. Но основной поток клиентов — север, северо-восток, северо-запад и центр Москвы. По выводу пластин — в основном это север и центр, но есть два клиента и с юга Москвы.

ГАРТ: Мы по важности проблем идем снизу вверх — упаковка, форматы, а надежность системы? Не пора покупать вторую?

О. Б.: Если честно, то так работать страшно. На фотовыводе у нас все дублировано, а устройство СТР — одно. Причем, одно дело, когда клиент — дизайнер, и мы не выполним его заказ (хотя есть очень мало шансов, чтобы такое случилось). Совсем другое дело,



Мы гораздо старше, чем кажемся!

Недавно появившаяся компания в полиграфическом мире, упаковочной индустрии и производстве пигментов, на самом деле, является одним из самых опытных экспертов в этих областях.

боты, создали мощнейшую, многогранную компанию, способную предоставлять услуги заказчикам любого уровня в любой точке мира.

Во второй половине 2005 года Flint Ink, Flint-Schmidt и XSYS Print Solutions, объединив 1000-летний опыт ра-

www.flintgrp.com

FlintGroup

когда ты можешь подвести типографию, которая на тебя рассчитывает. Надо сказать, что у нас не было за полтора года никаких проблем с устройством, а вот процессор иногда подводил. Из-за того, что использовались пластины разной толщины, формы 0,15 мм иногда гнулись в проявочном процессоре.

Мы пришли к выводу, что для надежности действительно придется покупать еще одно устройство СТР. Другого выхода нет. Подождем до лета, и там уже будем принимать решение.

ГАРТ: Из-за специфики нашего рынка пластин придется еще и второй процессор покупать. Чтобы не сливать каждый день химию... А какой у вас сегодня месячный объем производства форм?

О. Б.: В декабре получилось около 2 тыс. м². В январе, как ни странно, тоже был очень неплохой объем, немногим меньше.

ГАРТ: 2 тыс. — практически предел для вашей конфигурации с процессором в режиме offline.

О. Б.: Представители поставщика говорят о том, что в Германии на аналогичной конфигурации делают 4 тыс. в месяц. Может, они там делают только пластины большого формата, тогда это теоретически возможно.

ГАРТ: Проблемы двух территорий решены?

О. Б.: Да. Год назад заработала выделенная оптоволоконная линия от препресс-бюро до типографии «ИТАР-ТАСС», где, собственно, и было установлено оборудование. До этого некоторое время приходилось записывать файлы на DVD-диски и отправлять с курьером в типографию. Ну а с 1 февраля наша система PrintOffice полностью поддерживает весь процесс вывода форм. Менеджеры все видят, где какой заказ находится, какая загрузка на СТР.

В системе появилась очень важная возможность — сделать экранную пробу, которую клиент может скачать с нашего сервера и утвердить. Только после этого будут экспонироваться пластины. Хотя бумажная распечатка, которую мы делаем с отрисованных файлов на широкоформатном принтере, также востребована клиентами. Но ее надо еще доставить заказчику на утверждение, а на это уходит время, которого часто не хватает. Надеюсь, что экранная проба поможет и сэкономить время, и избежать ошибок.

ГАРТ: Но есть же готовые системы управления рабочими потоками. Не планируете приобрести такую?

О. Б.: Нам неинтересно переходить на систему другого производителя. Интереснее развивать свою систему, она уникальна, в десятки раз надежнее других и дает огромные возможности и компании, и клиентам. Нет смысла что-либо менять в этом плане. Скорее, мы нашу систему смогли бы продать, но только не будем этого делать. Хотя предложения поступают постоянно.

ГАРТ: Ольга, Вы, конечно, первопроходцы, но за вами подтянутся и другие?

О. Б.: Конечно, подтянутся. Есть те, которые следят за развитием ситуации у нас и тоже приобретают аналогичное оборудование. Я знакома с одним препресс-бюро на Урале, которое тоже приобрело систему СТР, но не термальную, а фиолетовую. Держат цены, соответствующие нашим. Работают. Причем, если у нас всего два водителя, которые утром и вечером развозят готовые формы, то у них — семь.

В Москве есть еще несколько типографий, которые приобрели себе системы СТР и пытаются организовать производство форм на сторону. Московский рынок достаточно большой, и одни мы на нем не останемся.



HEIDELBERG БОЛЬШЕ НЕ ДИ

К этому все шло давно. Офсетные печатные машины с непосредственным экспонированием пластин в линейке оборудования Heidelberg постоянно оказывались вещь, которая типографиям не очень нужна. В результате крупнейший производитель офсетных печатных машин принял радикальное решение о прекращении производства машин с непосредственным экспонированием пластин.

Теперь больше не будет Quickmaster 46 DI и Speedmaster 74 DI. Некоторые профессиональные полиграфисты, по крайней мере российские, уже давно поставили крест на этих машинах. Интересно, что это были владельцы машин Quickmaster DI. Основной довод в том, что при наличии одной системы СТР все может получаться так же быстро и на обычных печатных машинах. Кстати, а с новыми «короткими» красочными аппаратами Anicolor без необходимости зонной регулировки подачи краски все будет еще быстрее и удобнее. Машина Speedmaster 52 с такими красочными аппаратами будет представлена на выставке Irex.

Если честно, нам кажется, что проблема Quickmaster заключалась в очень высокой цене формного материала фирмы Presstek. Во всем мире сегодня установлено более двух тысяч машин Quickmaster DI, и компания Heidelberg будет продолжать осуществлять их сервисное обслуживание. Так что, все нормально.

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ПРОДАЖА • СЕРВИС

HEIDELBERG

GLUNZ & JENSEN

POLAR

wohlenberg

KONICA MINOLTA

stahl

Böttcher

THEIMER

TECHKON

BEIL
GERMANY

InitPress

(495) 204-4253
www.initpress.ru

info@initpress.ru



НИЖПОЛИГРАФ РАЗВИВАЕТСЯ

Наши старые знакомые, которых мы посещали в прошлом году, одно из крупнейших российских полиграфических предприятий «Нижполиграф» приобрело новую рулонную газетную печатную машину CityLine Express. На торжественном запуске машины присутствовал губернатор Нижегородской области Валерий Шанцев. По его мнению, типография и так была одним из

лидеров российского рынка, а с приобретением новой машины она сделает еще один шаг вперед в своем развитии.

Сегодня развитие необходимо любому предприятию, и «Нижполиграф» предполагает инвестировать в 2006 г. около 1,5 млн долл. в свое производство. В скором времени на предприятии будет установлена еще одна система СТР и новая линия для производства книг. Очень важно, что на фоне

многочисленных слухов о том, что некоторые бывшие государственные предприятия приватизируются для того, чтобы превратиться в офисные центры, есть еще типографии, которые развивают свое полиграфическое производство.

Кстати, объем продаж полиграфической продукции и услуг «Нижполиграфа» вырос в 2005 г. на 20%. 54% его составляет книжная продукция. Типография делает в среднем 1,3 млн книг в твердом переплете в месяц. Газеты являются второй составляющей бизнеса, на них приходится 44,5% оборота типографии. С переходом газет на новые форматы и высококачественную полноцветную печать потребовались и новые производственные мощности. Введенная в эксплуатацию в Нижнем Новгороде печатная машина имеет две печатные башни и четыре рулонные зарядки.

МОСКОВСКАЯ ТЕНДЕНЦИЯ

Интересно наблюдать, как развивается московский рынок систем СТР. Создается впечатление, что типографии стараются идти проторенными путями. Ну не может быть так, что у термальных систем одного из производителей существуют какие-то объективные преимущества перед другими устройствами. И фиолетовая технология, по крайней мере от отдельных производителей, зарекомендовала себя вполне пригодной для коммерческой печати... Если бы это все относилось к пистерским, то можно было понять, но мы сегодня про московских. Основные конкуренты среди средних коммерческих типографий — «Граффити», «ИТАР-ТАСС», Locus Standi и PrintSpace приобрели СТР Creo. Теперь к ним присоединился и «Август Борг» — там установлен Trendsetter 800 Quantum.



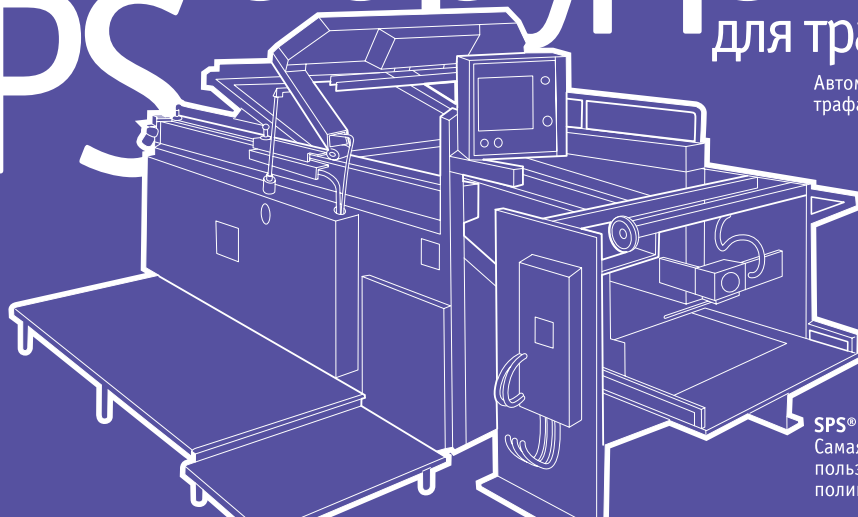
Высокая точность печати и отличное совмещение красок | равнение листа по трем точкам | СТОП-цилиндрические машины SPS® всегда гарантируют высокоточное и надежное совмещение красок

| минимальное растяжение трафаретной сетки обеспечивает идеальные условия для высокоточной и качественной трафаретной печати | обеспечение высочайшей точности и равномерности в передаче краски от начала и до конца оттиска

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр» Москва (495) 956-7719
nissa@nissa.ru, www.nissa.ru
Санкт-Петербург (812) 320-1420/22
Екатеринбург (3432) 166-906
Новосибирск (3832) 163-026
Ростов-на-Дону (863) 255-1248
«НИССА» Украина, Киев (38044) 490-3460
«НИССА» Евразия, Алматы (3272) 980-298

Оборудование для трафаретной печати



Автоматические листовые СТОП-цилиндрические трафаретные машины

SPS® Vitessa Classic
Самая популярная СТОП-цилиндрическая машина, пользующаяся заслуженным доверием полиграфистов по всему миру.

Юрий ЗАХАРЖЕВСКИЙ

(Продолжение. Начало на с. 1)

Но они должны быть строго одинаковой ширины. Не хватило 2400. Пришлось выводить пленки с большим разрешением и делать аналоговые формы. Гильоширные элементы тоже иногда используются не только для ценных бумаг, но и как декоративные. И что в таких случаях отвечать клиенту? Что ему это не нужно?

Компания Creo выпустила опцию к Trendsetter, которая позволяет делать по одной из осей разрешение 4800 dpi. Позиционируется эта опция именно как средство для вывода стерео- и вариоизображений: точность в них критична только в одном измерении. Тем самым производитель признал, что есть задачи, для которых 2400 недостаточно.

А есть представители поставщиков, которые дошли до слов, что вообще нечего смотреть на форму, нужно просто ставить ее на машину на «обычном тираже» и печатать, а потом смотреть, понравятся ли оттиски. Хотел бы я знать, что такое обычный тираж.

ГАРТ: В Вашем случае это не вполне разумная идея, ведь УФ-печать предъявляет специальные требования к формам?

Ю. 3.: Да, а некоторые поставщики, видимо, не представляют себе, что пластины разных марок очень существенно отличаются по своим свойствам. У меня есть небольшая коллекция форм — все разные. Есть те, которые просто ничего не боятся, и создается субъективное впечатление, что алюминиевая подложка у них толще. А есть более «хлипкие». Последние после термической обработки «ведет», и печатники жалуются, что больше времени уходит на приладку. А для нас это существенные затраты.

ГАРТ: Вы обжигаете все формы?

Ю. 3.: Да, просто для страховки. Мы даже обжигаем формы, сделанные на пластинах FujiFilm, которые используем сейчас. Хотя, по мнению производителя, их обжигать не имеет смысла.

ГАРТ: Первую систему СТР Вы выбрали для коммерческой печати в типографию «Граффити» и взяли термальную. Второе устройство понадобилось для упаковочного производства, и Вы опять выбрали термальное?

Ю. 3.: По поводу первой системы. Была сложная история, тендер, в котором участвовали несколько поставщиков. Одна компания подвигла нас на покупку этого оборудования, достаточно но-

вого тогда — спасибо ей за это. Но потом выбор пал не на их продукт, а на Trendsetter. И руководство «Граффити» приняло решение о том, что он будет куплен в «Ниссе». Теперь меня некоторые поставщики даже обвиняют в том, что я «ниссовский агент влияния», не зная о том, что я тогда голосовал за другую фирму.

Если говорить о новом производстве, то здесь не такой большой объем вывода, и была разумная мысль несколько сэкономить и взять фиолетовое устройство.

Я выбирал, но не конкретную модель СТР, а проверял пластины термальные и фиолетовые. Но ни один поставщик фиолетовых систем не смог предоставить мне формы, с которых мы бы отпечатали тестовый тираж. Один предоставил фиолетовые — фирмы Agfa. Я их вручную загуммировал и прокалил. После этого на тираже они начали очень сильно полосить. Спорный вопрос, почему так получилось, но мне это не понравилось. С термальными такой фокус всегда получался без проблем. Я предлагал поставщикам фиолетовых систем убедить меня, раза три мы пробовали, но не получилось по разным причинам.

Кроме того, на сайте Ecrm в требованиях к помещению для установки системы СТР значится температура $23 \pm 2^\circ$.

ГАРТ: Но устройства Ecrm достаточно специфические. Есть ведь и системы с внутренним барабаном?

Ю. 3.: Есть, и я не пытаюсь судить о стабильности всей фиолетовой технологии по материалам только одного из производителей, но в наших условиях обеспечить такой температурный ре-

жим просто невозможно. И это просто наводит на нехорошие мысли.

Никто не смог убедить меня в том, что фиолетовая система будет для нас не хуже термальной. Единственный до-

Никто не смог убедить меня в том, что фиолетовая система будет для нас не хуже термальной. Единственный довод, который приводили — цена. Но я понимаю, когда такой довод используется при продаже чайника или телевизора.

Когда я выбираю инструмент — важны другие критерии. А вдруг он вообще не будет работать или не справится с какой-то работой? И что тогда мне делать?

вод, который мне приводили — цена. Но я понимаю, когда такой довод используется при продаже чайника или телевизора. Когда я выбираю инстру-

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ОФСЕТНАЯ МАШИНА



ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНАЯ ЛИНИЯ ДЛЯ ВЫСЕЧКИ



мент — важны другие критерии. А вдруг он вообще не будет работать или не справится с какой-то работой? И что тогда мне делать? Этой зимой ночью был мороз больше 30°. В здании прорвало трубу отопления, а термальная система вот, пожалуйста, работает.

ГАРТ: Но мы же не знаем, может быть, какая-нибудь из фиолетовых тоже работала бы?

Ю. 3.: Может быть. А проблема с положением? Мне кто-нибудь ее решил? Кто-нибудь пришел и сказал, сделай вот так и так, и все станет нормально? Нет. Зато когда мы уже купили второе термальное устройство, все начали кричать: «Ну вот, опять в «Ниссе», все понятно...»

ГАРТ: Кстати, ходят разные слухи о том, что с первым устройством были большие проблемы?

Ю. 3.: Да. Проблемы были, подтверждаю. Со второй системой все прошло намного проще. Была некоторая заминка из-за каких-то проблем с компьютером для растрового процессора. Но недолгая. И зачем нужно сначала возить сделанные в Китае компьютерные комплектующие в Америку, чтобы потом привезти собранный компьютер сюда? Мы и здесь такой же можем сделать. Но это их проблемы.

ГАРТ: Мне кажется, что причина того, что поставщики фиолетовых систем не справились со своими задачами, в том, что на вашем производстве установлено уникальное для России печатное оборудование. Поставщики просто испугались возможных проблем и махнули на вас рукой.

Ю. 3.: Возможно. У нас пятикрасочная рулонная офсетная УФ-машина. Занимаемся производством пакетов «пюрпак» для молочных продуктов.

ГАРТ: Вот. А это высокие скорости, другие краски и химия.

Ю. 3.: Да, все правильно.

ГАРТ: Интересно, наш опыт говорит о том, что обычно такие производства достаточно засекреченные, в них не любят, когда приезжают какие-то журналисты, фотографируют что-то, задают тупые вопросы...

Ю. 3.: Нам, мне кажется, нечего скрывать. Что у кого установлено — все и так знают. Настоящие секреты заключаются вовсе не в этом. А прячут зачастую собственные проблемы. Вы все видите. Оборудование новое. Печатает, высекает и склеивает самую высококачественную продукцию. Конечно, за полгода работы мы не успели загрузить его на полную мощность, но это вопрос времени. Российский рынок пакетов

пока достаточно узкий. На Западе в такую тару упаковывают самую разнообразную продукцию. Наверное, и у нас тоже скоро начнут.

ГАРТ: Основных конкурентов по «пюрпак» двое?

Ю. 3.: Да, московский «Ламбумиз» и украинский «Элопак». Сегодняшнее состояние рынка таково, что клиенты бьются буквально за каждую копейку в цене упаковки. У нас нет экструзионного ламинатора, как в «Ламбумизе» — приходится использовать дорогой импортный ламинированный картон. В Украине вопросы импорта картона и экспорта продукции решаются, видимо, намного проще. Поэтому пока конкурировать тяжело.

ГАРТ: Но есть одна особенность вашего производства. Основные конкуренты используют флексографию, а вы печатаете офсетом.

Ю. 3.: Да, именно так. Ходят, правда, слухи о том, что скоро под Москвой появится еще одно похожее на наше производство, но слухи появились давно, а самого производства пока нет.

Офсетная печать вместе с системой СТР дает нам большие преимущества перед флексографией. В штате есть высококвалифицированные дизайнеры и специалисты по допечатной подготов-

ecostar
есо
мелованная бумага

质量
гарантия качества

Санкт-Петербург
191186, ул. Б. Конюшенная, 29
тел. (812) 329-9191
и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ

Москва
115201, 2-й Варшавский проезд, 6
тел. (495) 232-2610

БЕРЕГ

ке. Качество упаковки получается самым высоким.

ГАРТ: Но допечатные процессы во флексографии сегодня развиваются высокими темпами. Все равно получается хуже, чем на офсете?

Ю. З.: Хуже. Я коллекционирую разные образцы. Кстати, есть упаковка для заказчика из Якутии, которая печаталась офсетом в Италии. А есть пакеты с офсетной печатью, вообще напечатанные в Канаде.

Мы можем предложить заказчику самое высокое на рынке качество, хотя есть пример, когда клиент приходит и просит повторить свой имеющийся дизайн в две краски с линиатурой 60 lpi (!). И отказывается от наших предложений сделать ему нормальный макет с использованием наших возможностей.

ГАРТ: Но это тоже, видимо, ситуация временная. Они просто пока боятся использовать ваши уникальные возможности. Рассуждают просто — а вдруг что случится? Где-то придется потом новый дизайн печатать...

Ю. З.: Вы правы, это тоже одна из причин, которые останавливают клиентов. Но, как и в других секторах нашей полиграфии, несмотря на то, что клиенту требуется качественная продукция, главный вопрос для него — цена.



ВЕЧЕРИНКА В СТИЛЕ... РЕГЕНТ

Как быстро летит время. Как-то бы, совсем недавно праздновали десятилетие одного из крупнейших российских бумажных оптовиков, а теперь ему уже 15.

Судя по всему в этот вечер в «Форум Холле» столы были сервированы не менее, чем на 1000 гостей. Посетителей оказалось несколько меньше — 800, но зато присутствовали представители достаточно далеких от столицы типографий, и это очень приятно, когда полиграфисты приезжают в

Москву не только посетить выставку и сопровождающие ее вечерние мероприятия, но и специально на праздник одной компании.

Хотя надо напомнить нашим читателям, что компаний в холдинге «Регент» достаточно много. Они занимаются не только поставками бумаги для полиграфии. Это еще и поставки офисных бумаг и различных канцелярских товаров. В холдинг входят также два производства — стретч-пленок (крупнейшее в России) и нетканых материалов.

Программа мероприятия была насыщена выступлениями известных артистов и коллективов. Гости от души повеселились и прекрасно отдохнули.

Анастасия Высоткина пообещала, что 30-летие будет отмечено в еще более широком составе, добавятся новые клиенты, новые поставщики, новые партнеры по бизнесу. Все они будут более солидными, но не менее жизнерадостными.

Редакция ГАРТ присоединяется ко всем поздравлениям и желает «Регенту» больше хороших, надежных клиентов, ведь это и есть основа стабильного бизнеса. А типографиям — побольше таких поставщиков.



ПЯТЬ ЧУВСТВ

Дизайнерские бумаги достаточно сложный, но интересный бизнес для российских бумажных оптовиков. Палитра коллекций, которые предлагает компания «Комус ПСБК», пополнилась недавно новинками из Японии.

Коллекция «Пять чувств». Плотности — 128 и 244 г/м². Мягкая фактура бумаги и особые цвета символизируют соприкосновения с природой Страны восходящего солнца. Цветовая гамма отражает палитру лесной растительности во все четыре времени года.

В коллекцию «Фудзияма» входят фактурные бумаги с тиснением, похожим одно временно на кожу и на оборот бересты. Плотности — 116, 151 и 250 г/м². Цвета этой бумаги можно разделить на три группы: белый, пастельные и насыщенные тона.

Коллекция «Сакура» — тонированная в массе бумага семи цветов плотностью 116 г/м². Если бы эта бумага была рождена в Америке, ее назвали бы «кантри». Самодостаточные, в меру яркие и в то же время неброские цвета именно такой жизни, какова она и есть на самом деле.

Коллекция «Пастель» — ее цветовая палитра отражена в названии. Нежность, покорность, чистота тонов, спокойствие младенца, спя-

БУМАЖНАЯ ЛИНИЯ

Конечно, с развитием офисной печати все больше бланков и документов делаются на обычных лазерных и струйных принтерах. Некоторые аналитики предполагают, что достаточно скоро небольшим цифровым и традиционным типографиям вообще будет нечего печатать. Настолько совершенными и недорогими станут принтеры. Но аналитики могут и ошибаться. А пока типографии уверенно потребляют не только мелованные, но и офисные бумаги. Так что новая коллекция Paperline, появившаяся в ассортименте компании «Берег», может оказаться вполне востребованной. Это цветные тонированные в массе бумаги, цветовая гамма которых насчитывает более 20 цветов, в том числе три оригинальных флуоресцентных.

Разнообразие плотностей (75, 80, 160 г/м²) и форматов (A4, A3, 64x90 см) позволяет с успехом использовать эту бумагу не только для офисных нужд, но и в офсетных типографиях при производстве различных видов продукции.

flexoplus.ru

сайт,
посвященный
флексографии.
конференция.

заходите!

щего тихим солнечным утром в тени невысокой кустистой вишни. Плотности — 130 и 220 г/м².

Коллекция «Звездное небо». Плотность 209 г/м². Мелкие алмазные блески, напыленные на поверхность бумаг этой коллекции, одинаково изящно украшают и белый лист, и светло-голубой, и черный, и все другие. Так искрится мудростью речь искусного рассказчика. Страницу за страницей открывает он Вам всю свою жизнь, полную разнообразия впечатлений.

Есть все основания полагать, что японские новинки внесут в печатные издания абсолютно новую эстетическую основу. Эти материалы вполне универсальны. Применимы для обложек, меню, визитных карточек, любого презентационного раздаточного материала и т. п.

НОВОСТИ

«АЛЕКСАНДР БРАУН»

Филиал компании в Нижнем Новгороде переехал. Новый адрес: ул. Гордеевская, д. 3, офис 4. Новый телефон: 77-06-88.

В ассортименте «Александр Браун» появилась новая металлизированная этикеточная бумага Metallain с тиснением «лен» производства компании «Профит». Возможна поставка в ролях и листах. Бумага производится из импортных материалов по европейским технологиям.

«Александр Браун» продолжает прием работ на конкурс «Голубые озера Финляндии». Они должны быть выполнены на чистоцеллюлозных картонах Galerie Vision, Galerie Image и Galerie Pack X фирмы m-real. Подробности и условия — на сайте www.abraun.ru.

На этом же сайте опубликованы четыре вопроса викторины для знатоков самоклеящихся материалов производства UPM Raflatac. Ее победителей ждут оригинальные призы!



И ROLAND, И HEIDELBERG

Мы не раз рассказывали о том, что листовые офсетные печатные машины достигли, с одной стороны, пика технологичности, а с другой — их теснят различные специальные виды печати. Основное преимущество узкоролонных машин флексографской или высокой печати, например, в том, что там все операции могут выполняться в линию, а на листовом офсете — обычно в offline.

Правда, производители оборудования для листовой печати пытаются бороться с этой проблемой. По крайней мере, компания Heidelberg еще четыре года назад демонстрировала малоформатный Speedmaster, оснащенный секцией высечки и удаления отходов.

На выставке Irex модной темой для производителей листовых офсетных машин станет, видимо, холодная припрессовка фольги в линию. И MAN Roland, и Heidelberg предполагают представить такие машины. Справедливости ради надо сказать, что Roland 700 с такой опцией мы видели еще на выставке drupa 2004.

Смысл идеи в том, что обычная секция офсетной печати наносит вместо краски клей. В следующей специализированной секции печатной машины выполняется процедура холодного ламинирования. Для специальных приложений секция ламинирования может быть встроена между печатными секциями машины.

Мировая классика

Xsys Print Solutions
офсетные краски

LAstra
LAstra / RAIMONDI / PLAT
together to print
CTP-пластины

FUJIKURA GRAPHICS
офсетные полотна

DU CO INTERNATIONAL
офсетные полотна

hdp
увлажняющие растворы

KONICA MINOLTA
фототехнические пленки

рекомендована к прокату в лучших типографиях страны

Расходные материалы для полиграфии



МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 92-3714
СИБИРЬ
Тел.: (383) 212-0124, 212-0125

УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267
ЮГ
Тел.: (863) 252-4102, 223-8279
КАЗАХСТАН
Тел.: (3272) 98-0154, 66-3725



**Антон
ПЕРЕХОДА**
«Апостроф»
Менеджер отдела
продаж

ГАРТ: Антон, у Вас есть свой прогноз, как будут идти дела у поставщиков систем СТР в этом году?

А. П.: У меня очень оптимистичные оценки. В этом году будет продано столько же систем СТР, сколько было продано за предыдущие пять лет.

ГАРТ: Вы не сильно переоцениваете рынок?

А. П.: Нет. Ситуация именно такова. Я могу еще больше сказать. Наша доля составит от 15 до 20% по числу установок. У компании Screen появилось шесть новых устройств, включая газетную систему СТР. Теперь есть и шестистраничная термальная система PlateRite 6600. Все новинки будут демонстрироваться на выставке Irex.

ГАРТ: Антон, но в России двухсот установок устройств СТР в 2006 г. не будет.

А. П.: Почему? Нам звонят потенциальные клиенты. Их число существенно увеличилось по сравнению с прошлым годом. Центральная Россия, Поволжье. Есть клиенты, которые только собираются переходить на технологию СТР, а есть и те, которые два-три года назад приобрели первую систему и предполагают теперь купить вторую.

ГАРТ: Кстати, если вернуться к газетным системам, то термальные системы СТР на европейском рынке не так широко распространены.

А. П.: В Европе ситуация меняется, и доля термальных систем в газетном производстве растет. В России их тоже установлено уже достаточно много. Но мы ориентированы на рынок коммерческой печати и основные надежды связываем именно с ним. Есть многочисленные клиенты, купившие у нас печатные машины Ryobi, им рано или поздно придется задуматься о приобретении устройств СТР.

ГАРТ: А сколько вы всего поставили систем?

А. П.: Пока немного. «Апостроф» установил одну систему СТР PlateRite Micra в Казани и полуформатный термальный PlateRite в Казахстане. Еще одна высокопроизводительная термальная полуформатная система PlateRite 4300, оснащенная всеми опциями и систе-

мой TrueFlow для управления рабочими потоками, устанавливается сейчас в Москве.

ГАРТ: Не очень логичная конфигурация для полуформатного устройства.

А. П.: Возможно. Просто клиент рассчитывает делать формы не только для себя, но еще и оказывать услуги другим типографиям. Именно поэтому приобретена система TrueFlow, которая позволит организовать прием заказов, удаленную пробу и все остальные необходимые функции.

Нам звонят потенциальные клиенты. Их число существенно увеличилось по сравнению с прошлым годом. Центральная Россия, Поволжье. Есть клиенты, которые только собираются переходить на технологию СТР, а есть и те, которые два-три года назад приобрели первую систему и предполагают теперь купить вторую

ГАРТ: Видимо, вывод форм на сторону становится модной услугой?

А. П.: Если честно, то люди сами пришли к нам с такой мыслью, мы их не уговаривали заниматься этим бизнесом. Кроме того, клиент хотел еще и работать с беспроцессными пластинами. Правда, оказалось, что единственные доступные сейчас на рынке термальные беспроцессные пластины Kodak Direct по производительности, разрешающей способности и тиражестойкости не совсем удовлетворяют требованиям типографии с малоформатной пятикрасочной печатной машиной. Именно той типографии, для которой они, по идее, и предназначены.

Клиенты хотели поэкспериментировать, но у нас для них на всякий случай

на складе есть процессор, поэтому все будет нормально.

ГАРТ: Ваши же основные конкуренты, поставляющие термальные системы другой фирмы, сильно помогли, рассказывая всем о том, что термальная технология СТР — просто Hi-End, и она существенно лучше фиолетовой?

А. П.: Да, причем это правда. И некоторые сегодняшние владельцы устройств СТР всерьез рассматривают приобретение систем Screen. Многих интересуют модели с более высоким разрешением — 4000 dpi.

Статистика по обращениям за сервисной поддержкой говорит о том, что Screen — самые надежные системы, количество сервисных вызовов составляет единицы.

Но если клиент выбирает между фиолетовой и термальной технологиями, то ему совсем не обязательно выбирать термальную. У Screen есть и фиолетовые устройства в формате В3 и В2. Для небольших и средних типографий мы можем предложить недорогие решения.

ГАРТ: Скоро, видимо, все производители будут поставлять и те, и другие системы СТР?

А. П.: Все правильно, идет глобализация. Есть много слухов о том, что небольшие компании будут в ближайшее время поглощены крупнейшими.

ГАРТ: Слухи такие есть, но, скорее всего, это именно слухи. А как Вам слух о том, что basysPrint прекратит производство своих систем для экспонирования традиционных пластин (СТСР)? Вы ведь занимаетесь их продажами?

А. П.: Занимаемся. И, по нашим сведениям, basysPrint нельзя вычеркивать из списка игроков. В России, кстати, у нас есть две очень успешные установки, которые демонстрируют все преимуще-

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

ства технологии СТРС. Это типография «Вива-Стар» и «Чеховский полиграфкомбинат».

ГАРТ: Хорошо. Но рынок пластин для СТР уже поделен между тремя крупнейшими производителями, и это не слухи, а факт.

А. П.: Да, и благодаря усилиям поставщиков расходных материалов цены на пластины существенно снизились. Еще и поэтому я так оптимистичен в своей оценке перспектив нашего рынка в этом году.

ГАРТ: Но вы ведь не продаете пластины для СТР?

А. П.: Мы не продаем материалы, но наши клиенты, приобретающие пластины в компании «Принтхаус», получают расширенную трехгодовую гарантию на системы СТР Screen. При этом в процессе установки и обучения участвуют еще и технологи из «Принтхауса».

Правда, если честно, то войны на российском рынке систем СТР привели к тому, что продажа устройств превратилась для поставщиков в некоторое хобби. Продавать их необходимо из политических соображений, но денег особых на этом заработать нельзя.

ГАРТ: Может, Вы все-таки сгущаете краски?

А. П.: Нет, не сгущаю. Поставщики печатных машин всегда предложат клиенту в придачу систему СТР на очень хороших условиях. Поставщики материалов — в придачу к пластинам. У нас несколько другая стратегия, но придется конкурировать и с теми, и с другими поставщиками.

ГАРТ: Есть еще новые разработки Screen в области струйной печати.

А. П.: Да. Screen приобрел компанию Inpa, которая занимается производством устройств широкоформатной печати. А еще анонсирована система струйной печати на рулонных материалах. Я не думаю, что у «Апостроф» будет много продаж таких систем. Это все-таки не совсем наш рынок, но посмотрим на выставке.

Тем не менее, цифровая печать при правильном подходе оказывается для офсетной типографии интересным бизнесом. Мы, по крайней мере, наблюдаем за своими клиентами, которые приобретают цифровые печатные машины. У некоторых в результате получается интересный дополнительный бизнес.

ГАРТ: Антон, есть еще одна тема — измерительные приборы. Интересно, что произойдет на российском рынке по-

сле приобретения компанией X-Rite фирмы GretagMagbeth. «Апостроф» ведь эксклюзивный дистрибутор измерительных приборов X-Rite для полиграфии?

А. П.: Да, причем для нас это очень важный компонент бизнеса. Мне кажется, менять сейчас никто ничего не будет.

ГАРТ: Но у GretagMagbeth в России есть представительство, и, если начнется объединение систем дистрибуции, возможны изменения. Кстати, оказывается, что во всем мире объем продаж измерительных приборов для полиграфии у Gretag больше, чем у X-Rite.

А. П.: Возможно, но только не в России. Здесь у X-Rite очевидное преимущество по объему продаж. У нас налажены нормальные отношения со всеми крупнейшими поставщиками печатных машин, так что все хорошо.

ГАРТ: Вы ведь продаете еще и сканеры Imacon. Как дела с их продвижением?

А. П.: Как ни странно — все нормально. В Москве, конечно, они уже не продаются, а на периферии есть много клиентов. Покупают.

УДОБНО ... КАК ДОМА

APOSTROFPRINT

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ. ПРОДАЖА И СЕРВИС

Москва: (095) 781-38-38

www.apostrof-print.ru

Санкт-Петербург: (812) 449-21-42
 Ростов-на-Дону: (8632) 58-97-78
 Екатеринбург: (343) 371-51-40
 Новосибирск: (3832) 12-00-14

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

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует более пяти лет. База данных постоянно обновляется.



GART DIRECT

Москва,
ул. Электrozаводская
д. 37/4 стр. 7

Телефон/факс:
(495) 725 6001

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

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$150.
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

ИНТЕРВЬЮ



Николай САПОШНИКОВ

«Гейдельберг СНГ»

Продукт-менеджер
по допечатному оборудованию
и Prinect

ГАРТ: Николай, в прошлом году прогнозы поставщиков систем СТР оказались неоправданными. Было выполнено существенно меньше установок, чем некоторые предполагали.

Н. С.: Мы тоже в прошедшем году продали на 20% меньше систем СТР, чем планировали. Причины этого были и внутри компании, и вне ее.

ГАРТ: Какова сегодня маркетинговая политика Heidelberg? И как позиционируются модели Prosetter и Suprasetter?

Н. С.: Prosetter, как и ранее, мы позиционируем как недорогую, но достаточно качественную и производительную систему с высокими возможностями модернизации. Suprasetter — система, предназначенная для клиентов, которым нужны высокие качество, производительность и гибкость. Обе системы имеют возможность интеграции в производственный рабочий поток, основанный на формате JDF.

ГАРТ: Все-таки, за какими устройствами будущее — термальными или фиолетовыми?

Н. С.: По нашему мнению, и та, и другая технологии еще не один год будут присутствовать на рынке. Большое влияние на баланс сил между ними будут оказывать производители пластин.

ГАРТ: Конкуренты распускают много слухов о том, что производство систем СТР Suprasetter пока еще не на-

чало работать на полную мощность, и сроки поставки достаточно большие?

Н. С.: Действительно, проблемы со сроками поставки были. На выставке drupa приняли заказов в несколько раз больше, чем рассчитывали. Сейчас ситуация исправляется. С нового года срок изготовления систем снизился в два раза, к лету этого года срок будет сокра-

По нашему мнению, и термальная, и фиолетовая технологии еще не один год будут присутствовать на рынке. Большое влияние на баланс сил между ними будут оказывать производители пластин

щен до разумных 2–2,5 месяцев.

ГАРТ: А в России есть установки систем Suprasetter?

Н. С.: Да, есть: две системы полного формата установлены у клиентов в Москве, в середине марта полуформатное устройство будет установлено в СПб, в мае — еще один Suprasetter 105 инсталлируют в Москве.

ГАРТ: Николай, судя по всему, Suprasetter имеет совер-

СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВСЕ
АРХИВ

www.gart.ru

шенно оригинальную схему построения для термально-го СТР. В чем ее преимущества?

Н. С.: Я бы не стал говорить, что наш новый аппарат имеет совершенно оригинальную конструкцию. Основные принципы работы системы применялись и ранее. Но проектируя Suprasetter, наши инженеры постарались избежать некоторых технических недостатков, о которых они знали благодаря взаимовыгодному сотрудничеству в прошлом с некоторыми компаниями, являющимися сегодня нашими конкурентами на рынке СТР.

Сам аппарат получился надежным по механике и электронике, гибким, благодаря модульному принципу построения. Все компоненты для него выпускаются самой компанией Heidelberg.

ГАРТ: У термальных систем СТР часто возникают проблемы с выходом из строя

одного из лазеров. Производители устройств решают их различными способами. А как эта проблема решается в Suprasetter?

Н. С.: В наших устройствах используются диодные линейки. В случае выхода из строя одного лазерного диода, экспонирование производится большей оставшейся непрерывной частью линейки. Естественно, при этом производительность несколько снижается в зависимости от места, занимаемого вышедшим из строя диодом.

ГАРТ: Николай, как Вы оцениваете перспективы российского рынка в 2006 г., и сколько устройств Suprasetter будет продано?

Н. С.: Я бы не хотел делать прогнозов по всему российскому рынку, что касается «Гейдельберг СНГ», то мы предполагаем в этом году установить от 12 до 15 систем СТР.



ДЕТЛЕФ ЯНКЕ



ТИМ ХАРТМАНН

СМЕНА РУКОВОДСТВА

С 1 апреля 2006 г. компанию «Гейдельберг СНГ» возглавит Детлеф Янке, до последнего времени являвшийся управляющим директором «Гейдельберг Китай». Он работает в концерне Heidelberg с 1990 г. За этот период занимал различные посты в структуре управления концерна, участвовал в продвижении листовых печатных машин Speedmaster.

С 1 марта 2006 г. сервисную службу компании «Гейдельберг СНГ» возглавил Тим Хартманн, являющийся сотрудником Heidelberg с 1999 г. и имеющий большой опыт работы в этой области. В его обязанности будет входить как оперативное руководство, так и внедрение стандартов Heidelberg в сфере сервисного обслуживания клиентов.



Компания «Александр Браун»

ЛЮБАЯ ПРЕКРАСНА...

SnowArt
EuroArt
Arctic
UPM Finesse
CosmoPrint
TerraPrint



МЕЛОВАННАЯ БУМАГА ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

105264 Москва, ул. 9-я Парковая, д. 37, к. 2

Тел.: (495) 737-6969, 234-0304

Факс: (495) 965-7393

E-mail: post@abraun.ru, <http://www.abraun.ru>



**Михаил
КУВШИНОВ**
«Нисса Центр»
Технический
директор

ГАРТ: Михаил, такое ощущение, что на рынке систем СТР стало как-то спокойнее, и поставщики уже не предполагают его большого роста?

М. К.: Приятно каждый год начинать интервью с того, что сделанный мной в прошлом году прогноз оказался очень близким к правде.

ГАРТ: Да, год назад Вы сказали, что в России будет продано 80 систем, практически угадав результат. А вот один из ваших главных конкурентов существенно переоценил этот рынок. А сколько систем СТР установила «Нисса»?

М. К.: Мы в 2005 г. установили в России без малого 30 систем СТР. В 2006 г. я ожидаю стабильного состояния рынка, будет установлено около ста систем СТР, существенную долю которых составят устройства форматов B2.

ГАРТ: Вы ведь теперь поставляете еще и оборудование Eсrm?

М. К.: Да, поставляем. Я считаю, чтобы быть лидерами на рынке, необходимо предлагать клиентам решения их проблем, а не торговать железом. Есть клиенты, которым важнее цена оборудования, но не максимальное, а просто достойное качество или производительность. Это и есть ниша для оборудования Eсrm. Раньше мы в ней не работали, а теперь имеем такую возможность. В конце концов, наша задача — зарабатывать деньги не только сейчас, но и в будущем. Нам были необходимы фиолетовые системы СТР, ведь мы поставляем пластины для них.

ГАРТ: И как много систем Вы предполагаете продать в этом году?

М. К.: Грубо — десяток Eсrm и двадцать термальных систем Kodak. Тем самым подтвердим статус ведущего российского поставщика систем СТР.

ГАРТ: Не очень оптимистично.

М. К.: Разве? Вдвое больше, чем поставлено в прошедшем году ближайшим конкурентом. А если удастся ускорить поставки пластин, то сделаем и больше. Сейчас спрос на системы СТР сдерживается тем, что цены на цифровые пластины не снижаются. Два последних года показали, что западные аналитики не совсем правильно оцени-

вали перспективы рынка. По их прогнозам, на Западе очень большая доля малотиражных заказов должна была перейти на цифровую печать, но офсетные типографии с этим не согласились и стали печатать совсем короткие тиражи. А на тираж 100 тыс. и 500 экз. необходимо одинаковое количество форм. Производители пластин, конечно, этот факт не афишируют, но у всех есть некоторое «полукризисное» состояние — не хватает мощностей. Проблема будет решена в течение полугода, но пока цены на пластины не снижаются. Логичный способ выхода из кризиса — сокращение объемов производства и повышение цен на аналоговые пластины для того, чтобы освободить мощности для СТР-пластин.

Так что в ближайшие годы будут идти два параллельных процесса — удорожание аналоговых пластин и снижение цен на цифровые.

ГАРТ: Но, по крайней мере, один производитель пластин существенно наращивает мощности?

М. К.: Мощности наращивают все.

ГАРТ: Кстати, а на термальные системы все еще есть покупатели или все, кому они были нужны, их уже приобрели?

М. К.: Я уже говорил, что термальных систем мы рассчитываем продать намного больше. Впрочем, и во всем мире такая же ситуация. Потому что использование термальных СТР экономически более эффективно. Не зря же ряд пользователей «фиолета» сейчас переходит на «термал», а обратных примеров нет. Термальные системы имеют хорошие перспективы. Их цена не намного, на 10–20%, выше фиолетовых, если считать полный комплекс с учетом стоимости РИПа и процессора для проявки (который для фотополимера в полтора раза дороже). Если же посчитать затраты на более жесткую климатическую для фиолетовых пластин — затраты вообще нивелируются. А есть еще беспроцессные термальные пластины Kodak...

ГАРТ: Но беспроцессные пластины имеют пока некоторые ограничения по тиражестойкости?

М. К.: Возможно, но это решение для небольших и средних клиентов, которые инвестируют в собственное дорежиссерское оборудование. При этом нет необходимости вкладывать десятки тысяч долларов в проявочную машину. При заявленных 100 тыс. оттисков, если используется нормальная бумага, реальная тиражестойкость будет достаточной для любой небольшой и средней типографии. Беспроцессные

пластины, правда, несколько дороже «обычных» термальных пластин, но, я надеюсь, с выходом на рынок беспроцессных пластин двух основных конкурентов цены будут снижаться.

Кстати, издательство «Курсив» присудило «Хрустальный Марзан» беспроцессному продукту FujiFilm, которого пока нет.

ГАРТ: Точнее «Курсив» присвоил и тем, и другим пластинам по диплому в номинации «Расходные материалы», а вот «Жюри профессионалов» наградило «Марзанами» и поставщика FujiFilm, и поставщика Kodak.

В ближайшие годы будут идти два параллельных про- цесса — удорожание аналоговых пластин и снижение цен на цифровые

М. К.: Возможно. Но у компании «Нисса» уже несколько месяцев есть на складе беспроцессные термальные пластины Kodak Thermal Direct, мы их показывали на выставке «Полиграф-Интер», в то время как у поставщика пластин FujiFilm продукта как не было на выставке, так нет и сегодня. И меня удивляет тенденция вручать дипломы за обещания, а не за реальные продукты. Дипломы от этого обесцениваются.

Если возвратиться к перспективам термальных и фиолетовых систем, то «фиолетовый» процесс очень чувствителен к температурным условиям, а Kodak Trendsetter будет работать и при 17, и при 30°C. При этом измерения прибором форм будут давать одинаковые показания вне зависимости от температуры.

ГАРТ: Михаил, источник этой информации известен, но производители оборудования всегда пытаются «подстелить соломки». А вот есть еще активно обсуждаемая тема надежности системы экспонирования в термальном устройстве СТР.

М. К.: Да, эту тему активно обсуждают, и есть случаи замены «голов». Причем, по нашему опыту, основная причина выхода из строя головы — частицы масла, которые «гонят» вместе с воздухом дешевые компрессоры. Когда клиент приобретает устройство за несколько сотен тысяч долларов, он за чем-то пытается сэкономить несколько тысяч на компрессоре, несмотря на то,

что мы его предупреждаем о возможных проблемах.

У нас за несколько лет были единичные случаи таких замен, при очень большой доле — более шестидесяти установленных в России систем СТР Kodak (Creo). А вот у некоторых конкурентов, насколько мне известно, «головы» уже заменены чуть ли не во всех установленных системах.

ГАРТ: Говорят, например, в термальных СТР Screen надо менять только один диод, а не всю «голову»?

М. К.: Насколько мне известно, у всех ведущих производителей (Agfa, Kodak, Heidelberg и Screen) в современных термальных системах СТР полного формата приходится менять как минимум дорогостоящую сборку, а то и «голову», а не индивидуальный диод. Есть, впрочем, и системы с индивидуальными диодами. Но они либо очень медленные, либо очень дорогие во владении. Просто умножьте 64 (а то и 128) диодов на стоимость каждого! Я уважительно отношусь к оборудованию фирмы Screen, правда, у нас есть положительный опыт продажи устройства СТР Kodak, по крайней мере, одному из владельцев Heidelberg Topsetter (OEM Screen).

У устройств СТР Kodak есть двойной-тройной запас по мощности, и проблема с одним или несколькими диодами не является причиной замены «головы». Надо отметить, что «Нисса» может предложить сегодня своим клиентам такие условия контракта, когда выход чего-либо из строя вообще становится нашей проблемой.

ГАРТ: А говорят еще, что на СТР Kodak для того, чтобы перейти на пластины другого производителя, требуется вызвать сервисного инженера из «Ниссы»?

М. К.: Да что Вы говорите! А мне казалось, что это 100% владельцев СТР Fujji «почему-то» работают только на пластинах Fujji, да и у Agfa эта цифра близка к 100%. А вот на СТР Kodak/Creo клиенты используют самые разные пластины. Сила — она в правде. Да, мы настоятельно рекомендуем вызывать для настройки сервисного инженера. Не потому, что он повозится и скажет, что «не идут». Термопластины бинарные, и если выставить даже вдвое завышенную энергию лазера, формы будут прекрасные, но ресурс системы будет расходоваться впустую. Однако есть клиенты, которые переходят с одних пластин на другие самостоятельно. Но и отвечают за результаты возможных ошибок.

ГАРТ: Михаил, еще полгода назад ожидалось большие изменения в политике дистрибуции компании Kodak на российском рынке. Теперь стало понятно, что все останется по-старому?

М. К.: Представительства Kodak GCG в России пока не будет, но на самом деле изменения произошли. Значительно сократилось число мелких «дилеров Kodak», приведены в порядок каналы продаж и их продуктовое наполнение. «Нисса», например, продает СТР-пластины, но не аналоговые пластины и фототехническую пленку. Просто потому, что наша доля в СТР-пластинах Kodak преобладающая, а в аналоговых — недостаточная. Аналогично другие компании потеряли право закупок для одних продуктов и сохранили для других.

ГАРТ: Но СТР-пластины Kodak достаточно дорогие.

М. К.: Благодаря высокому качеству и не самой высокой (но и не самой низкой) цене СТР-пластины Kodak имеют очень хороший показатель цена/качество. Продуктовый ряд пластин Kodak много шире, чем у конкурентов. И наша задача помочь клиентам реализовать это качество в готовый печатный продукт. И у нас это неплохо получается.

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»

www.nissa.ru

Москва (495) 956-7719

Санкт-Петербург (812) 320-1420/22

Екатеринбург (3432) 166-906

Новосибирск (3832) 163-026

Ростов-на-Дону (863) 255-1248

Алматы (3272) 980-298

CAVOMIT HOLO@CILINDER

автоматический пресс для тиснения фольгой и нанесения голограмм



Формат листа: B3, B2, B1 | протяжка фольги осуществляется шаговыми двигателями с точностью 0,1 мм | точность привода голограмм ±0,5 мм | сотовая нагревательная плита выполнена из легкого сплава с высокой теплопроводностью, что позволяет ей быстро нагреваться и остывать | температура контролируется в шести зонах нагревательной плиты | защитная кабина с системой очистки и вентиляции воздуха

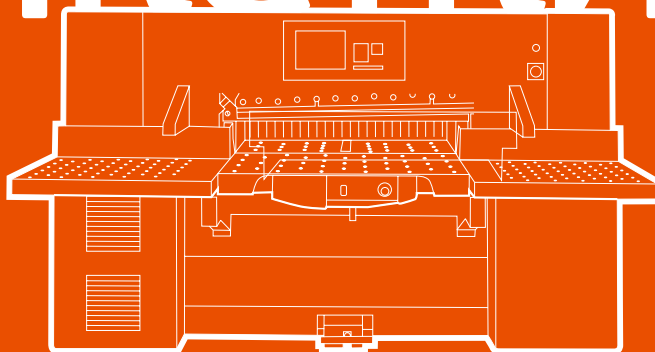
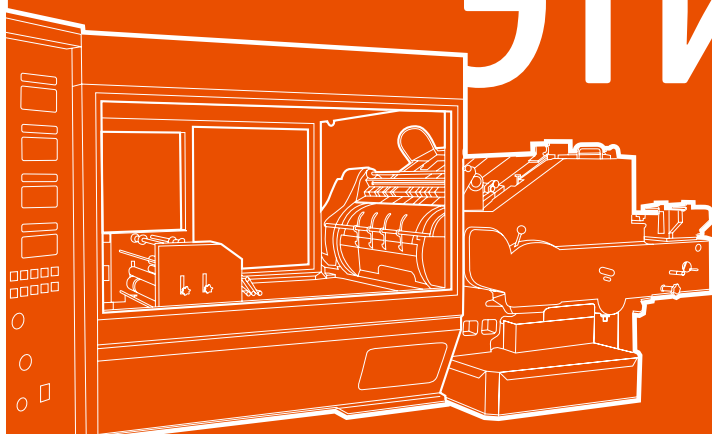
WOHLENBERG pro-tec 115

одноножевая высокоавтоматизированная резальная машина нового поколения



Цветной активный монитор с сенсорным экраном | визуализация программ реза в 3D анимации | автоматическое программирование | возможность хранения в памяти 10 000 программ | цифровое управление давлением прижима | сохранение/ввод данных с USB Flash Memory Card | джойстик управления затлом | высокая скорость перемещения затла (до 370 мм/с) | многоуровневая система безопасности | быстрая и безопасная система смены ножа

Изготовление с тиснением фольгой и нанесением голограмм ЭТИКЕТКИ





**Сергей
ТОМИЛОВСКИЙ**
«Центр ХГС»
Менеджер
по допечатному
оборудованию

ГАРТ: Сергей, как Вы оцениваете сегодняшнее состояние рынка систем СТР?

С. Т.: Можно назвать его стабильным. Первая волна прошла, большинство крупных предприятий системы приобрели. Начинается вторая волна. Есть запросы от типографий, в которых уже есть устройство СТР, и они хотят приобрести еще одно. Есть и те предприятия, которые до сих пор используют фотовывод, но также решили приобрести СТР. Теперь пытаются разобраться, в чем разница между плохими и хорошими системами.

ГАРТ: А что, есть плохие?

С. Т.: Конечно, есть. Мне кажется, не может быть хорошей система, которая стоит в 10 раз дешевле, чем остальные. Это очевидно. Но наш потребитель первый раз «клюет» на цену. И только те, кто уже имеет систему СТР и опыт работы, прекрасно отдают себе отчет в том, что кроме цены есть другие критерии, причем не менее важные.

ГАРТ: Ну и как, есть перспективы в этом году?

С. Т.: Да, есть. Мы не так давно установили в одной из питерских типографий полностью автоматизированную систему СТР очень большого формата PlateRite 16000. Есть ряд других заказчиков, которые фактически уже приняли решение о покупке у нас СТР фирмы Screen.

ГАРТ: Есть различные мнения о том, сколько в этом году будет продано устройств СТР на российском рынке. Каково Ваше мнение?

С. Т.: Мне кажется, что их будет продано немного больше, чем в прошлом году. То есть 90–100. Особо большого роста ожидать не стоит, наш рынок будет «медленно разгоняться».

ГАРТ: Опять же не будет выставки «ПолиграфИнтер»...

С. Т.: Да, согласен.

ГАРТ: Но, с другой стороны, будет Irex, на который, видимо, собирается достаточно много представителей наших типографий.

С. Т.: Возможно. Кстати, на этой выставке Screen представит много новинок, включая газетную термальную си-

стему СТР PlateRite News. Кроме того, появилась модель 6600 и новые модели в семействе полуформатных СТР. Screen делает все, чтобы предлагать решения, которые удовлетворяют потребности любой типографии. На самом деле, зачем переплачивать за систему с высокой производительностью, если конкретной типографии такая производительность просто не нужна?

ГАРТ: Как Вы оцениваете перспективы термальных газетных систем?

С. Т.: К нам за последние два года неоднократно обращались клиенты, которые хотели бы приобрести такую систему, в расчете использовать ее возможности еще и для коммерческой печати. Теперь у нас такая система есть.

ГАРТ: Но термальные системы — это все-таки дорого. В чем, Вам кажется, основные преимущества устройств фирмы Screen?

С. Т.: В первую очередь — качество и надежность. Мы поставляем оборудование фирмы Screen с 1996 г. Есть опыт установок и обслуживания различных моделей СТР в разных полиграфических предприятиях: Саратов, Ульяновск, Ставрополь.

Но потенциальные клиенты пока не понимают, что наши устройства будут служить им годы, а существенно менее дорогие — нет. Очень многие планируют приобретение двух устройств для того, чтобы обеспечить надежность, а в случае Screen можно купить одно и работать спокойно. Опыт крупнейших полиграфкомбинатов этот факт подтверждает.

ГАРТ: Насчет «на многие годы». Технологии развиваются. Через сколько лет надо менять систему СТР из-за морального устаревания? Через три?

С. Т.: Первая система Screen в России была установлена в Саратовском полиграфкомбинате больше трех лет назад. И она до сих пор прекрасно справляется. Менять или покупать новую никто не собирается. Клиент недавно обратился к нам, возникло подозрение, что вышел из строя один из диодов. Выезд специалиста показал, что там всего лишь за эти годы скопилось пыль на экспонирующей головке. Почистил и все заработало.

ГАРТ: А часто приходится менять диоды в термальных системах?

С. Т.: У нас была пара случаев. Преимущество конструкции Screen перед основным конкурентом в том, что на большинстве термальных моделей диод или диодная матрица заменяется нашим специалистом в полевых условиях в течение двух часов. До приезда

инженера клиент не простаивает, устройство просто работает в два раза медленнее.

ГАРТ: Какие еще преимущества?

С. Т.: Продуманная конструкция. Если открыть устройство и заглянуть внутрь, то все становится понятно. В пластине сначала пробиваются отверстия для штифтовой приводки, а потом она по ним позиционируется на барабане. Можно установить в одном устройстве до четырех систем пробивки отверстий под разные форматы пластин.

Первая система Screen в России была установлена в Саратовском полиграфкомбинате больше трех лет назад. И она до сих пор прекрасно справляется. Менять или покупать новую никто не собирается. Клиент недавно обратился к нам, возникло подозрение, что вышел из строя один из диодов. Выезд специалиста показал, что там всего лишь за эти годы скопилось пыль на экспонирующей головке. После чистки все заработало

Очень хорошая защита от ошибок оператора. Вот пример. Нам позвонил клиент и сказал, что аппарат отказывается брать пластины. На экране появляется надпись «вставьте пластину марки Мммм, размером WWWxHHH мм». Они вставляют, а устройство ее не принимает. Мы предложили измерить пластину и оказалось, что она на 2 мм меньше по одному из измерений. Посоветовали завести новый тип пластин с такими же характеристиками, но другим размером. Проблема таким обра-

зом была решена. Кстати, у основного конкурента для того, чтобы перейти на пластины другого производителя, необходимо вызвать сервисного инженера. А наши пользователи могут выполнить эту процедуру самостоятельно.

ГАРТ: Интересно, а программное обеспечение для управления рабочими потоками клиентов интересует?

С. Т.: Одних — да, других — нет. Остались фанаты, занимающиеся допечатной подготовкой, которые предпочитают все делать вручную. Но даже самые упорные, когда приезжают к нам в демонстрационный центр и знакомятся с установленной там системой TrueFlow, включающей все опции, видят, как в ней все логично организовано — начинают задумываться о том, чтобы приобрести ее. Интуитивно понятный интерфейс, так что даже неподготовленный человек после недели обучения работает уже совершенно спокойно. Сегодня поставляется TrueFlow 3. В ней несколько по-другому, например, организована возможность удаленного размещения заказов. Есть много опций для организации удаленного контроля и управления производством.

ГАРТ: Мы уже рассказывали об успешном опыте внедрения комбинирован-

ного растривания Spekta в российских типографиях.

С. Т.: Да, и я бы хотел сказать, что на выставке Irex будет анонсирована Spekta 2 — дальнейшее развитие этого очень успешного алгоритма комбинированного растривания. Мы предоставляем каждому клиенту бесплатную демонстрационную версию Spekta для того, чтобы он попробовал и принял решение о том, нужна ему эта возможность или нет.

ГАРТ: Сергей, а оборудование для цифровой печати фирмы Screen имеет перспективы на нашем рынке?

С. Т.: Если говорить о цифровой печати, то фирма Screen сделала новые офсетные печатные машины с непосредственным экспонированием пластин, новую рулонную систему струйной печати и предлагает теперь широкоформатные принтеры Inca. В России сегодня есть некоторый интерес к этому оборудованию, я думаю, после выставки он существенно возрастет.

КАТАПУЛЬТИРУЮЩЕЕ КРЕСЛО

Мы уже начали делать ставки на то, кто из курсивных «ведущих» станет завтра «главным редактором» очередного международного полиграфического издания, которое придет в Россию. За год уже трое сидевшие в одной и той же комнате издательства «главными» стали. Растут люди. Видимо, есть в этой комнате магическое кресло, посидев на котором, сотрудник тут же получает предложение уйти в другое издание на повышение. Но проблема в том, что, кресла в комнате, где они сидели перепутались. Теперь не очень понятно, какое из них «конкретно катапультирующее». Пока лишь можно однозначно сказать потенциальным издателям очередного журнала, что главным редактором его станет милая дама. Либо одна, либо другая.

С нашей стороны ставки сделаны, кресла теперь помечены. Интересно все-таки, какое из них «катапультирует»?

ЖИВИТЕ ЛЕГКО

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ СЕРВИСНЫЕ ПРОГРАММЫ обслуживания полиграфического оборудования



117292 Москва,
ул. Дмитрия Ульянова, 6
Телефон: (495) 737 8270
Тел./факс: (495) 125 2240

199034 Санкт-Петербург,
9-я лин. Васильевского о-ва, д. 12
Телефон: (812) 328 0248
Тел./факс: (812) 323 2528

220034 Беларусь, Минск,
ул. Чкалова, д. 5
Телефон: (375172) 36 4812
Тел./факс: (375172) 17 0054

техобслуживание • ремонт • запчасти • консультации

H.GIS

<http://www.hgs.ru>



**Игорь
МИКАЭЛЯН**
«ЯМ Интернешнл»
Продукт-менеджер
по допечатному
оборудованию.

ГАРТ: Игорь, создается такое впечатление, что революционные процессы на нашем рынке систем СТР несколько успокоились?

И. М.: Согласен. Стало существенно меньше слухов и сплетен об оборудовании и технологиях. Мало кого из клиентов волнует, насколько квадратная получается точка на форме. Хотя, конечно, непримиримые представители поставщиков продолжают бесконечные споры на некоторых форумах в интернете, но читать их порой смешно, а чаще — скучно.

ГАРТ: Потенциальные клиенты на системы СТР есть?

И. М.: Да, есть, и меня радует и обнадеживает тот факт, что к нам приезжают люди из далеких, причем не самых крупных периферийных типографий, которые всерьез рассматривают возможность приобретения системы СТР. С этими людьми наши продавцы никогда про СТР не разговаривали. Они сами пришли. Созрели.

ГАРТ: Год назад все поставщики систем высказывали различные предположения по поводу объема российского рынка СТР. Многие этот рынок переоценивали, полагали, что количество установленных устройств в 2005 г. удвоится.

И. М.: Ощущение того, что так может произойти, «давило» на меня до конца лета. Потом стало понятно, что этого не случится и 100 устройств продано не будет. «Эпоха» двукратного роста, по всей видимости, закончилась. Статистика, конечно, вещь неоднозначная, но, по нашим данным, в 2005 г. в Россию было ввезено 70 систем СТР. Какие-то из них установлены, другие — готовятся к установке. Есть еще, наверное, и те, которые «зависли» на складах поставщиков.

ГАРТ: Но 70 — это совсем мало.

И. М.: Возможно, но это цифры из таковой статистики. Мы могли «просмотреть» несколько систем, но не 20 и не 30.

ГАРТ: Какова же тогда доля «ЯМ Интернешнл»?

И. М.: Более 25%.

ГАРТ: А сколько всего систем СТР сегодня установлено у заказчиков?

И. М.: В России, по нашим данным, сегодня их 185. Это уже не из таможни. Мы внимательно следим за всеми установками, ведь продажа пластин для СТР составляет существенную долю нашего бизнеса расходных материалов.

ГАРТ: Интересно, а как Вы оцениваете перспективы 2006 г.?

И. М.: Если исходить из сохранения динамики увеличения базы инсталлированных СТР-систем, то результат года нынешнего должен превзойти прошлогодний на 35–40%.

ГАРТ: То есть в этом году опять будет установлено меньше систем СТР?

И. М.: Поживем — увидим... Это, конечно, не самая оптимистичная оценка рынка, но она, по всей видимости, будет соответствовать реальному развитию ситуации.

ГАРТ: Одна из причин пессимистичной оценки в том, что в этом году не будет «ПолиграфИнтер»?

И. М.: Нет. По моим ощущениям, выставка «ПолиграфИнтер» в последние годы стала в большей степени местом встречи полиграфистов, большинство из которых и так все знают. Все. Возможно, они подыскивают небольших поставщиков специализированного оборудования и материалов, но про СТР им ничего рассказывать не нужно. Другое дело — студенты. Они тоже «все знают», но образовательное значение подобных мероприятий весьма высоко.

ГАРТ: В апреле будет проходить I рех. Это, конечно, не друп, но тоже большая выставка, на которую наши полиграфисты приедут. Ходили слухи, что FujiFilm представит на ней новое газетное устройство СТР.

И. М.: На выставке будет показано много новинок — как оборудования, так и расходных материалов. Мне представляются очень интересными новые термальные и фотополимерные СТР-пластины Fuji высокого разрешения (High Definition).

Будут представлены новые системы СТР. Одна из них — Luxel V8 HS, новая разработка, предназначенная в том числе и для газетного производства. У FujiFilm есть серьезные планы по развитию на этом рынке.

ГАРТ: Но газетный рынок имеет свои особенности. Там главенствует Agfa со своими устройствами Polaris, имеющими плоскостную систему экспонирования.

И. М.: Новая модель не является специализированной газетной системой,

это фиолетовая система СТР с внутренним барабаном, имеющая очень высокую производительность — 70 форм формата В1 в час при разрешении 1200 dpi (50 В1 при 2400 dpi). Этого достаточно для «закрытия» пиковых нагрузок большинства газетных производств.

Чтобы поставлять такие устройства в специализированные газетные типографии, необходимо иметь еще и соответствующую систему управления рабочими потоками, а также работающее в линию с СТР оборудование для пробивки приводочных отверстий и загибания краев форм. По имеющейся информации, у FujiFilm в скором времени все это будет.

Меня радует тот факт, что к нам приезжают люди из далеких, причем не самых крупных периферийных типографий, которые всерьез рассматривают возможность приобретения системы СТР. С этими людьми наши продавцы никогда про СТР не разговаривали. Они сами пришли. Созрели

ГАРТ: Но в России не так много специализирующихся только на газетном производстве типографий.

И. М.: Именно так, но есть много полиграфических предприятий, которые занимаются, например, газетами и коммерческой продукцией. Для них эта система будет оптимальным решением, обеспечивающим в моменты пиковой газетной загрузки требуемую производительность.

ГАРТ: Все рассуждают о надежности систем СТР.

И. М.: Наш опыт установок и обслуживания оборудования FujiFilm показывает, что фиолетовые СТР этого производителя отличаются впечатляющей отказоустойчивостью. Имея практический опыт работы с термальными систе-

мами СТР разных производителей, могу утверждать, что надежность наших «фиолетовых устройств для зарабатывания денег» выше, чем у их термальных аналогов. Этому факту есть два технических объяснения: фиолетовый лазер работает в существенно более щадящем режиме, нежели его инфракрасный «коллега», а неподвижность пары «пластина-рабочий цилиндр» в процессе экспонирования предполагает более простую, а следовательно, более надежную конструкцию.

Правда, если кто-то будет рассказывать вашим читателям, что с их устройствами нет никаких проблем — это... лукавство. На сегодняшний день у нас 30 установленных систем. И фиолетовых, и термальных. В сервисном отделе доречного оборудования семь сервисных инженеров-технологов — и они часто выезжают в командировки. Но не потому, что наши устройства ненадежные. Просто невозможно научить человека работать на системе СТР за неделю. Был у него опыт работы с фоточувствительным устройством или не было — все равно в первое время возникают проблемы.

В большинстве установленных нами систем используется удаленная диагно-

стика работы оборудования и программного обеспечения. Многие проблемы решаются дистанционно, но живое человеческое общение ничто заменить не может... Так что сервисным инженерам все-таки приходится выезжать на место. Часто — совсем не по причине неисправности оборудования.

ГАРТ: А есть проекты по поставке систем СТР для препресс-бюро, чтобы выводить формы на сторону за деньги?

И. М.: Есть клиенты, которые собираются оказывать такие услуги. Видимо, это одно из лежащих на поверхности применений технологии СТР для существующих репроцентров. Честно говоря, перспективность подобных проектов для меня не очевидна. А вот кооперация нескольких типографий в создании «коллективного» формного цеха на основе СТР — почему нет?

Проблема выбора оптимального варианта возникает у нас ежедневно и в быту, и в профессиональной деятельности. Хочется пожелать читателям только правильных решений, будь то детский сад или школа, куда планируется отдать любимое чадо, или выбор компаний-партнеров для реализации ваших проектов.

А ЛЕД-ТО... ТРОНУЛСЯ

30 марта в конференц-зале издательства «Курсив» состоится первая из серии запланированных встреч поставщиков расходных материалов. Соберутся руководители российских представительств четырех крупнейших производителей печатных красок. Цель встречи — сбор актуальной информации об объеме российского рынка. Инициатором мероприятия стала редакция ГАРТ и некоторые поставщики. Мы не раз говорили о том, что они могли бы рассказать о своих объемах продаж. Начинаем с печатных красок, потому что по таможенной информации корректно подсчитать их объем практически невозможно. Второй предполагается встреча поставщиков офсетных пластин. Потом пригласим к разговору продавцов резинотканевых полотен. Мгновенно, конечно, ничего не случится, но к лету мы будем иметь объективную оценку рынка. Есть идея собрать после поставщиков типографии. Готовьтесь!

СИСТЕМЫ LUXEL СТР КАЧЕСТВО. СКОРОСТЬ. НАДЕЖНОСТЬ.



FUJIFILM

FUJIFILM ELECTRONIC IMAGING LTD.

ФОРМАТЫ В1+, В2+

**МНОГОЛАЗЕРНАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ**

**5 ЛЕТ
ГАРАНТИЯ
НА ЛАЗЕРЫ**



более
1000
систем
Luxel СТР
в мире

**ЯМ Интернешнл —
КРУПНЕЙШИЙ ПОСТАВЩИК
ПЛАСТИН для СТР**
и эксклюзивный дистрибутор
FUJIFILM, LÜSCHER

YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU
С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

www.yam.ru



Опять Лондон

В преддверии выставки Irex производители оборудования и расходных материалов стараются объяснить средствам массовой информации, зачем они участвуют в этой выставке. Пришлось слетать на день в Лондон, чтобы познакомиться со старыми знакомыми и послушать в совершенно официальной обстановке рассказ о планах FujiFilm по развитию на полиграфическом рынке и о новинках, которые будут представлены на Irex. Пресс-конференция прошла 16 февраля.

ПЯТИЛЕТНИЙ ПЛАН FUJI

Начать надо с того, что оборот FujiFilm составил в 2005 г. 25 млрд долл. На допечатное оборудование и полиграфические материалы приходится не так много — всего 9%, но доля Fuji на мировом рынке пластин для СТР, по информации компании, составляет около 40%, что очень много. Причем, FujiFilm активно наращивает мощности по производству пластин для СТР. Как мы уже рассказывали, в Голландии осенью 2006 г. заработает еще одна линия по производству пластин, в марте 2007 г. начнется производство на второй фабрике в Китае. В Японии производство тоже расширяется. Там будут делаться беспроцессные пластины.

По планам японцев, через пять лет FujiFilm станет безусловным и единоличным лидером на рынке Graphic Arts. С этим, видимо, захотят поспорить компании Agfa и Kodak. Что ж, увидим.

HIGH DEFINITION

Главной новинкой, которую FujiFilm предложит клиентам на выставке Irex, станут СТР-системы и пластины High Definition (HD). В применении к технологиям СТР это словосочетание переводится как «высокое разрешение». На Западе сейчас все страны собираются переходить на новый стандарт телевидения — HDTV. Теперь что-то похожее может произойти и на полиграфическом рынке.

Основной стратегии FujiFilm HD станут новые пластины Brillia HD для термальных и фиолетовых СТР. Это пластины, использующие новую технологию зернения алюминиевой подложки, новое, более чувствительное покрытие, обеспечивающее пластинам еще и более широкий диапазон параметров проявления.

Brillia HD LP-NV2 — фиолетовые пластины, совместимые с большинством фиолетовых систем СТР. Их отличительной особенностью является воспроизведение растровых точек в диапазоне 1–99% при линиатуре раstra 200 lpi. Ранее такой диапазон был доступен только на термальных пластинах. Тиражестойкость форм 200 тыс. оттисков (1 млн после обжига). При печати УФ-красками тиражестойкость составляет 100 тыс. оттисков без обжига. Поставки LP-NV2 начнутся во втором квартале 2006 г.

Brillia HD LH-PJE — термальные пластины, обеспечивающие воспроизведение растровых точек в диапазоне 1–99% при линиатуре раstra 200 lpi. Чувствительность 100 мДж/см². Поставки пластин начнутся в марте этого года. Как следует из предоставленных

ПРЕДСТАВИТЕЛИ FUJIFILM НА ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ



нам материалов, отличительной особенностью HD LH-PJE является двукратное нанесение чувствительного слоя, что позволяет, видимо, существенно улучшить устойчивость пластин к механическим повреждениям.

Кроме того, на выставке будут представлены и беспроцессные пластины FujiFilm, о которых мы уже рассказывали в ГАПТ 09–05.

СИСТЕМЫ СТР

Компания FujiFilm представит на выставке Irex два новых устройства СТР. Luxel V8 HD имеет новую экспонирующую систему, которая не только обеспечивает возможность использования высокого разрешения пластин Brillia HD LP-NV2, но и позволит работать с фотополимерными пластинами, «свободными от химии», поставки которых FujiFilm планирует начать в 2007 г. Устройство Luxel V8 HS является одним из самых высокопроизводительных на рынке, обеспечивая экспонирование 50 пластин формата B1 в час при разрешении 2400 dpi (70 B1 — при 1200 dpi). Предположительно, с этой системой FujiFilm планирует выйти на рынок СТР для газетного производства, хотя на пресс-конференции представители Fuji эту информацию не подтвердили.

На вопрос главного редактора, «из чего будут сделаны внутренние барабаны для новых систем», был получен однозначный ответ — из алюминия. В дополнение к системам СТР на выставке будут представлены также новые процессоры для обработки форм как для фиолетовой, так и для термальной технологии. Кстати, во всем мире, по словам представителей компании, установлено уже 1500 фиолетовых систем FujiFilm Luxel V-9600.

FUJI ИЛИ XEROX

Самым большим по объему продаж в FujiFilm является компания Fuji Xerox. На нее приходится 38% от общего оборота. 25% в ней принадлежит

Херох. В планах Fuji начать продажи цифровых печатных машин параллельно с компанией Херох. Процесс этот начался в азиатских странах, но теперь он будет постепенно распространяться и на Европу. Кстати, рассматривается возможность использования с этими ЦПМ растровых процессоров FujiFilm.

УФ ИЛИ ВД?

По мнению представителей Fuji Hunt, эта группа является сегодня крупнейшим мировым производителем химии для полиграфии. Концентраты увлажняющих растворов, смывки для офсетной печати и силиконы — вот те области, где фирмы, входящие в эту группу, удерживают лидирующие позиции. Теперь компания Fuji Hunt решила начать наступление на рынке воднодисперсионных лаков и построила новую и самую современную в Европе фабрику по производству лаков для полиграфии.

Как известно, для того, чтобы достичь «настоящего глянца», например, в производстве упаковки, необходимо УФ-лакирование. Но Fuji Hunt предложит на предстоящей выставке ВД-лаки, которые по «глянцевости» смогут соперничать с УФ-аналогами. Прозвуча-

ли даже обещания денежных премий посетителям, которые смогут отличить в образцах УФ- и ВД-лак :-)

INKJET OT FUJI

В заключение мероприятия выступили представители компании FujiFilm Sericol. Надо сказать, что в результате всех приобретений на рынке струйной печати возникла некоторая неразбериха. По мнению представителей Sericol, эта компания имеет эксклюзивные права на продажу широкоформатных принтеров Inca, но сама фирма Inca Digital была не так давно приобретена компанией Screen. Теперь ее дилеры, включая российских, предполагают, что они могут продавать оборудование Inca, несмотря на то самое эксклюзивное соглашение. Что интересно, в докладе представителей FujiFilm Sericol открытым текстом прозвучало то, что сегодня Россия — один из самых больших и перспективных для нее рынков. Мы уже писали о том, что с приобретением Fuji компании Avesia становится достаточно значимым игроком на рынках самых разных типов чернил для струйной печати. На пресс-конференции было обещано уделить им большое внимание.

МЫСЛИ ВСЛУХ

Главный редактор пообщался в процессе подготовки этого номера с большим числом представителей поставщиков. Если честно, то все слухи о грядущих поглощениях производителей систем СТР автору кажутся не самыми правдоподобными.

Небольшой швейцарский производитель термальных систем Luescher, имеющий у себя полный цикл производства с обрабатывающими центрами, на которых точатся барабаны, со всеми этими запахами масла и свежерезанной алюминиевой стружкой, которая валяется повсюду, никак не вяжется с образом бельгийской инженеринговой компании Agfa, где все в белых халатах и специальных бахилах. Не вяжется, и все. Если только купить, чтобы закрыть, но зачем?

И Kodak фирму Ecrim покупать сейчас тоже не должен. Надо пока разобратся с тем, что на него свалилось, продемонстрировать положительный тренд. Так в Америке принято. А уж Heidelberg, без предупреждения прекративший производство печатных машин с непосредственным экспонированием пластин, явно сосредотачивается на основном бизнесе — традиционных

ПЛАСТИНЫ FUJIFILM ДЛЯ ВСЕХ ТИПОВ СТР

! Подробности о программах
"Готовься к покупке СТР!"
и "Лучшее для СТР — сегодня!"
см. на www.yam.ru

ЯМ Интернешнл —
**КРУПНЕЙШИЙ ПОСТАВЩИК
ПЛАСТИН ДЛЯ СТР**
и эксклюзивный дистрибутор
FUJIFILM, LÜSCHER

YAM
YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

www.yam.ru

листовых офсетных машинах. Интересно, что за достаточно короткий период времени произведено уже 1000 секций Speedmaster XL 105.

Есть другая мысль, которая пришла в голову автору после изучения годовых отчетов разных компаний. Старая и банальная. Про то, что Fuji все-таки пора уже купить Screen. Слух об этой сделке давно порос мхом, но сегодня возникли новые обстоятельства.

Чтобы FujiFilm стал через пять лет «Clear number one», как было обещано на пресс-конференции, кроме расходных материалов эта компания должна стать лидером и на рынке устройств

СТР, который все-таки не стал ни чисто фиолетовым, ни термальным. Нормальный поставщик должен иметь возможность предлагать и те, и другие системы СТР. Fuji сегодня производит только фиолетовые устройства, но во многих странах (Россия в их число не входит) поставляет еще и термальные системы, которые для нее делает Screen. В 2004 г., по оценке Screen, этой компании принадлежало 36% рынка систем СТР. Но после того, как Heidelberg сделал Suprasetter, он прекратил поставлять системы СТР Topsetter (OEM Screen), и компания FujiFilm стала крупнейшим партнером Screen.

СВЕЖИЕ ЛОНДОНСКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Не знаю, зачем была нужна эта поездка, можно было просто прислать презентации и не гонять главного редактора на сутки в Лондон. Лететь ведь туда не один час, как в СПб. Кстати, специалисты отправляющей стороны решили, что мне будет очень удобно улететь из Москвы перекладными рейсами австрийских авиалиний в пять утра, а прилететь обратно «Аэрофлотом» через 24 часа. Но известный персонаж предыдущей поездки — наш доблестный водитель — ответил на это словами бип*, бип, биип, пообещал объявить забастовку и обратиться к английским биип профсоюзам за поддержкой. Пришлось передать его мнение организаторам поездки, и они переиграли расписание пребывания главного редактора. После этого доблестный водитель объявленную уже было забастовку отменил, но наученный прошлым опытом сделал все, чтобы мы выехали в аэропорт вовремя. Это сработало, грубо нарушать правила дорожного движения на этот раз не пришлось.

В моем номере отеля в центре Лондона не было минибара, так в этой стране бывает. Но было все необходимое для приготовления чая и кофе. Пришлось спуститься в расположенный рядом маленький продовольственный магазинчик. Обычное самообслуживание — корзины, «читалки» штрих-кодов, но он меня сильно изумил. Я взял банку пива, по пакету кешью и фисташек, а еще апельсиновый джем. К моему большому удивлению, индус-продавец, не прибегая к помощи читал-

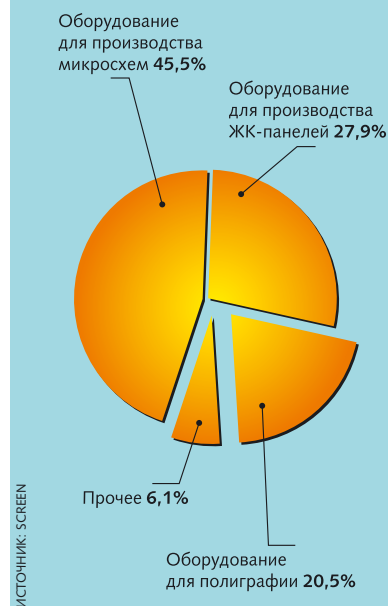
ки, сразу выбил чек на 7 фунтов 96 пенсов. Оказалось, что все четыре предмета стоят совершенно одинаково — по 1,99 фунта. Интересно не то, что они стоят так дорого, а то, что одинаково. Кстати, забудьте то, что мы рассказывали про «дорого» полгода назад. Все уже поменялось. Создается впечатление, что цены в Англии выросли еще в два раза. Это что же, на выставке придется платить не по четыре, а по биип восемь фунтов за «scotch large»? Такая цена, конечно, не подорвет российскую полиграфическую промышленность, но может нанести ей большой материальный урон, если вспоминать тусовки четырехлетней давности :-)

А в приличном лондонском ресторане меня сразу определили как русского. Нетеропливый английский дедушка начал радостно сыпать словами: «пожалуйста», «водка», «на здоровье». Спросите, как найти в Лондоне приличный ресторан? Все очень просто. Выйдите около часа дня на одну из центральных улиц. Найдите заведение, в котором дают еду, но практически нет посетителей. Это и есть приличный ресторан, в нем совершенно точно цены в три раза выше, чем в окрестных. Один из двух-трех находящихся там посетителей наверняка окажется русским. Но когда при счете в 37 фунтов за скромный обед я оставил на чай всего три фунта, официант сквозь зубы сказал «Thank you» и даже провожать не пошел, решив, что какой-то неправильный русский в этот раз попался, биип.

* На бип, биип и биипиип заменены термины ненормативной лексики.

ДОЛИ ПРОДАЖ РАЗЛИЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ В ОБОРОТЕ ФИРМЫ SCREEN

(в 2005 г. оборот составил 2,5 млрд долл.)



Произошло пересечение между этими компаниями и на рынке струйной печати, о котором мы рассказали выше. Но самая главная причина возможного приобретения лежит достаточно далеко от полиграфического рынка.

Мы неоднократно рассказывали, что компания, которую привычно называют просто Screen, именуется Dainippon Screen. Объем ее продаж составляет 2,5 млрд долл., но только 20% из него приходится на системы СТР и другое допечатное оборудование. Основной объем — оборудование для производства микросхем и экранов для ЖК-панелей. Причем, по оценке компании, ей принадлежит около 70% рынка оборудования для производства ЖК-панелей. А FujiFilm после того, как рынок аналоговой пленки обрушился, одним из приоритетных направлений своего бизнеса считает производство пленок, используемых в этих самых ЖК-панелях. То есть все сходится. Что удобно — подавляющее большинство панелей делается неподалеку от Японии, в странах Юго-Восточной Азии. Так что есть о чем подумать.

Уделив так много внимания FujiFilm, нельзя не поговорить и о конкурентах этой фирмы. Все три компании совсем разные. Налицо соревнование различных моделей бизнеса — европейской (Agfa), японской (Fuji) и американской (Kodak). Мы наблюдаем такую же ситуацию в самых разных секторах промыш-

шленного производства. Познакомьтесь, например, с финансовыми результатами автомобилестроителей. Там, правда, больше игроков. Пока больше.

И рынки, рынки... Они все разные и кто-то из производителей успешно работает в Америке, другие — неплохо в Европе. Есть еще Азия...

AGFA

Попробуем присмотреться к бельгийской фирме Agfa. На полиграфический рынок она пришла одной из первых. В хорошем смысле этого слова ее можно назвать пионером. Не все об этом знают, но, например, серебросодержащие пластины для СТР, приносившие еще несколько лет назад основную прибыль этой компании, делали лет десять-двенадцать назад фирмы DuPont и Hoechst. Именно тогда, инвестировав существенные средства компания Agfa, входившая еще в состав концерна Bayer, приобрела этих производителей. В те годы основной объем составляли, конечно аналоговые материалы, и на российском рынке слово «Оцзол» было синонимом высококачественных офсетных пластин. Затем все изменилось, и Bayer решил избавиться

от принадлежавших ему акций Agfa, выпустив их на свободный рынок. Потом было еще и приобретение компанией Agfa три года назад ставшего тогда уже итало-американским производителем офсетных пластин — фирмы Lastra. После этого, по идее, Agfa должна была стать крупнейшим в мире производителем пластин. Но «мир» в тот момент уже поделился на аналоговый и цифровой. Причем, основная борьба сегодня идет именно за цифровую его часть, а мощности фирмы Lastra были ориентированы на производство аналоговых пластин.

Теперь Agfa является вполне самостоятельной компанией, акции которой продаются на бирже. Это лидер по откату от производства аналоговых решений, Agfa первой среди основных игроков попыталась через management buyout избавиться от своего подразделения, занимавшегося аналоговыми фотоаппаратами и пленками для них. После этого AgfaPhoto стала банкротом. У Fuji и Kodak эти подразделения пока сохраняются, хотя объемы продаж аналоговых аппаратов и материалов для них падают на 15–20% в год. Надо, правда, отметить, что пленки двух упомянутых конкурентов прода-

вались в существенно больших объемах, чем аналоговые материалы Agfa.

Но это все предыстория. Откроем pdf предварительного годового отчета компании Agfa за 2005 г. и вот что мы увидим. При общем обороте 3,31 млрд евро доля оборудования и материалов для полиграфии составляет чуть больше половины — 1,73 млрд евро (около 2 млрд долл.)

Agfa — безусловный лидер на рынке газетных СТР, где этой фирме принадлежит 50% мирового рынка. Правда, еще в прошлом году эта доля составляла на 10% больше. Идет наступление на газетный рынок термальных систем, чья доля, по оценке Ifra, составляет сегодня более 20%. Но на европейском рынке газетные фиолетовые и зеленые системы СТР Agfa продолжают удерживать 60% рынка. Естественно, эта компания является и основным, то есть единственным, производителем серебросодержащих пластин для СТР. Так уж повелось.

К выставке Irex Agfa объявила новые устройства, среди которых первая фиолетовая система СТР с внешним барабаном. По всей видимости, расчет строится на том, что популярность листовых офсетных печатных машин очень

15 ЛЕТ ДЛ Я В А С И В М Е С Т Е С В А М И

- > ПОСТАВКА БУМАГИ И КАРТОНА
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ
- > ДИСТРИБУЦИЯ ОФИСНОЙ БУМАГИ
И КАНЦОВАРОВ
- > ТОВАРЫ И РЕШЕНИЯ ДЛЯ ОФИСА
- > ПРОИЗВОДСТВО СТРЕЧ-ПЛЕНКИ
- > ПРОИЗВОДСТВО
НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ



РЕГЕНТ

ХОЛДИНГ

WWW.REGENT.RU

большого формата растет, а для них нужны и соответствующего формата системы СТР, которые обычно используют схему с внешним барабаном. Появятся и новые пластины.

Но из-за того, что цены на алюминий выросли в 2005 г. на 30%, а на серебро — на 50%, прибыльность полиграфической части бизнеса сократилась почти на 70%. В медицине дела пока существенно лучше, но прибыльность тоже сокращается.

KODAK

Эта фирма за два прошедших года приобрела много компаний, производящих оборудование и материалы для рынка коммерческой печати. Судя по предварительному отчету, больше покупок не предполагается, хотя свободные деньги на приобретения еще остались. Kodak после покупки Creo является сегодня крупнейшим производителем термальных систем СТР.

К сожалению, в отчете нет информации о том, как распределяются продажи по отдельным подразделениям Kodak Graphic Communications Group (GCG). Эти данные появятся, видимо, только через год. В четвертом квартале 2005 г. объем продаж входящих в GCG

подразделений составил 942 млн долл., но это, возможно, сезонный скачок. Годовой оборот компаний, входящих в GCG, оценивается самой компанией Kodak в 3 млрд долл.

К сожалению, эта цифра не является показательной для сравнения с объемами FujiFilm и Agfa, ведь в ней присутствуют продажи подразделений Encad, NexPress и Versamark. Если к обороту FujiFilm добавить даже небольшую долю Fuji Xerox, чье оборудование активно продается в сегмент graphic arts, то у нас тут же появится абсолютный лидер. Так что лучше вычесть из оборота Kodak, видимо, не менее 300 млн долл. У бывших KPG и Creo суммарный оборот должен быть 2,2–2,4 млрд долл. В результате нашей оценки получается диапазон от 2,3 до 2,7 млрд. Выберем для оценки его середину — 2,5 млрд долл. Возможно, слишком грубо, но должно быть близко к истине. О прибыльности новой объединенной группы GCG надо будет тоже судить через год просто потому, что она образована в середине 2005 г.

CLEAR NUMBER ONE

Так получается, что сегодня единоличного лидера, который бы существенно

опережал остальных, на полиграфическом рынке нет. Правда, ни одна из трех компаний не публикует информацию о долях продаж оборудования и расходных материалов, но можно зайти с другой стороны. И у Kodak, и у Agfa продажи устройств на мировом рынке, видимо, больше, чем у FujiFilm. Тогда получается, что Fuji продает больше пластин, и все сходится.



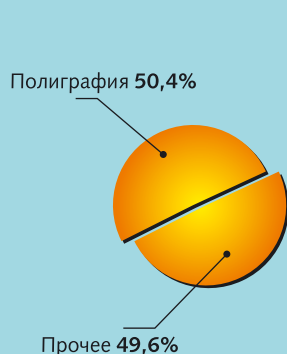
ДЕНЬ НЕЗАВИСИМОСТИ

Посмотрите, насколько хорош логотип Allianz. Отлично реализованная концепция объединения, классические пропорции, скругления элементов и острые углы — все очень органично. О чем это мы? Новая тема про альянс. Неоднозначная, поэтому постараемся

ДОЛИ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ И МАТЕРИАЛОВ В ОБЪЕМАХ ПРОДАЖ КРУПНЕЙШИХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

AGFA

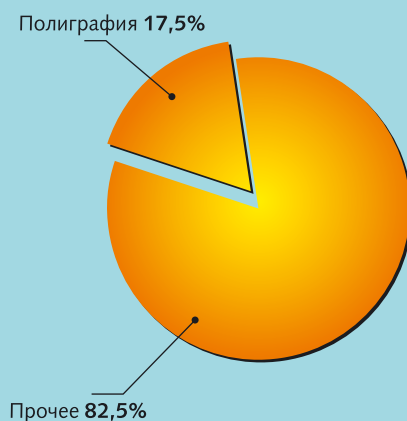
В 2005 г. оборот составил 3,97 млрд долл. Из них полиграфия — 2 млрд долл.



ИСТОЧНИК: AGFA

KODAK

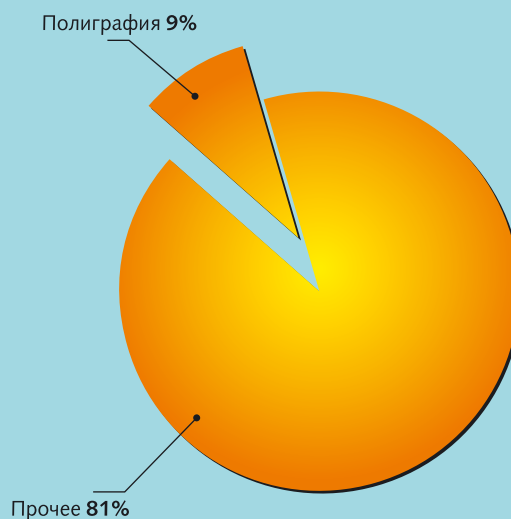
В 2005 г. оборот составил 14,27 млрд долл. Из них полиграфия — 2,5 млрд долл.



ИСТОЧНИК: KODAK, GAPT

FUJIFILM

В 2005 г. оборот составил 25 млрд долл. Из них полиграфия — 2,25 млрд долл.



ИСТОЧНИК: FUJIFILM

сформулировать мысли главного редактора максимально корректно.

У нас есть два пресс-релиза — MAN Roland и группы Allianz. Руководство MAN Roland рассказывает о том, что теперь этот второй по обороту производитель печатных машин стал независимой компанией. Правда, 35% акций нового совместного предприятия Allianz и MAN будут пока принадлежать последнему. После этой сделки акции MAN Roland будут выведены на биржу, чтобы обеспечить приток инвестиций. В пресс-релизе компании упоминаются возможные последующие поглощения и планы начать продажи расходных материалов.

Общий оборот концерна MAN составил в 2005 г. около 15 млрд евро. Из них больше половины составляют продажи грузовых автомобилей и автобусов. Есть еще строительство перерабатывающих производств для химической промышленности. Его оборот составляет 2,8 млрд евро. Третьим по объему бизнесом MAN было производство печатных машин. Оборот в 2005 г. составил 1,74 млрд евро. При этом, наметился существенный рост рентабельности по сравнению с прошлым годом.

В составе концерна MAN есть еще и производство корабельных дизельных двигателей, а также турбин и компрессоров. Правда, они имеют меньший объем продаж, чем тройка лидеров, упомянутая выше.

Allianz Group является одной из крупнейших финансовых структур в Германии с оборотом более 100 млрд евро. В ее составе страховая компания, Dresdener Bank, а также другие финансовые организации.

Тем не менее, событие произошло. Слухи о том, что MAN хочет тем или иным способом избавиться от бизнеса по производству печатных машин, ходили еще года четыре назад. Фигурировали разные потенциальные покупатели, в том числе... Нет, не будем оглашать список, состоявший, кстати, всего из одной позиции. Интересно, что в первую очередь (по непроверенным слухам) концерн планировал избавиться от производства листовых машин. Но руководство MAN Roland каждый раз опровергало эту информацию.

Если рассуждения руководителей производителя печатных машин спокойны и оптимистичны, то пресс-релиз от Allianz — существенно более жесткий. Из него следует, что инвестицион-

ная компания группы просто приобрела 65% MAN Roland.

Самым интересным фактом в этой истории является то, что Allianz, кроме всего прочего, владеет еще и 12% акций Heidelberg. Это второй по величине акционер. Еще один (RWE) владеет долей в 15%. Теперь слово «альянс» приобретает совершенно другое значение.

Некоторые конкуренты полагают, что финансовая компания планирует объединить двух крупнейших производителей печатных машин, осуществив заодно полную оптимизацию производства. Это, правда, только слухи, но в результате потенциального слияния получится безусловный лидер рынка, оборот которого будет многократно превышать показатели остальных конкурентов. Акции в такой ситуации будут, видимо, расти, что и необходимо инвестиционной компании. Мы не раз говорили о том, что когда к делу подключаются финансисты, логичное развитие событий может перетечь в не самое логичное русло. Можно, конечно, войти в одну реку дважды, но необходимо хорошо представлять себе цель повторного вхождения. Правда, финансистам — виднее.

КРАСКИ HUBER

СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ



huber
group

Hostmann-Steinberg RUS

125212, Россия, г. Москва,
Головинское шоссе, д.5, стр.6

телефон:
+7 095 221 6058

факс:
+7 095 221 6068

e-mail:

info@hostmann-steinberg.ru
www.hostmann-steinberg.ru



Между Польшей и США

В предыдущем номере мы прошлись по поводу западных исследователей нашего рынка. Плохо у них пока получается, ничего не поделаешь. Мы обещали попробовать подсчитать количество российских полиграфических предприятий. По предположению

главного редактора ГАРТ нормальных типографий в России всего тысяча. Прочитав об этом, нам начали звонить поставщики оборудования и расходных материалов со словами, что в их базах офсетных типографий существенно больше.

Давайте начнем с определения «нормальной» типографии. Да простят меня типографии, которые поменьше, но мы предложим нижнюю планку в три однокрасочных малоформатных печатных машины. У главного редактора есть старый хороший знакомый, который руководит отделом информации (или отделением как они там теперь называются) в крупном НИИ. В составе большого подразделения есть типография с двумя Ромайорами. Ее сотрудники постоянно посещают полиграфические выставки, оставляют визитки на стендах поставщиков и что? Это небольшая ведомственная типография, которая коммерческими заказами, конечно, занимается, но погоды на рынке не делает. Если считать такие, то может набраться несколько тысяч. Вопрос что и зачем мы хотим для себя понять.

СЛОЖЕНИЕ ПРОВЕРЯЕТСЯ ДЕЛЕНИЕМ

Мы начали «проверяться» с бумажных оптовиков. Согласитесь, если у очень крупного бумажного оптовика, работающего на нашем рынке больше 10 лет, в основной базе рассылки всего около 3 тыс. реальных клиентов, то тысяча становится очень похожей на правду.

Оптовик ведь работает и с рекламными агентствами, и с издательствами. Ну делим 3 тыс. не на три, но на два. Получается максимум 1,5 тыс. типографий. Начиная с тех, у кого есть пара однокрасочных машин, и заканчивая «Алмаз-Пресс». Бумажники владеют самой актуальной информацией, ведь типографии обычно покупают бумагу чаще, чем краски или пластины. Пострадав в свое время, оптовики пытаются обезопасить себя и ведут черные списки неблагонадежных клиентов, так что база у них должна быть вполне актуальной.

Наша база рассылки ГАРТ постоянно меняется в связи с переездами небольших предприятий, но рассылка состоит, обычно, из 3,1–3,5 тыс. отправок. Она кроме типографий включает, конечно, агентства и издательства, а также рекламодателей. В крупных и не очень предприятиях бывает по нескольку подписчиков. Но с бумажным оптовиком цифры сходятся.

Двое из активных участников рынка не успокаивались, считая, что офсетных типографий больше. Мы предложили им сделать сортировку своих баз по наличию оборудования. Главный редактор даже съездил посмотреть на базу данных одного из крупнейших поставщиков оборудования. Если выбросить из нее казахов, белорусов и украинцев, а также российские фирмы с неопределенным набором оборудования остается немного более 1800 офсетных типографий. И все! С оборотом, видимо, от 20 тыс. до 145 млн долл. в год.

АВТОМАТИЗИРУЕМСЯ

Мы получили результаты очередного исследования, которое провела в конце 2005 г. исследовательская компания InfoTrends. В 2004 г. объем продаж систем автоматизации для полиграфических предприятий составил 6,4 млрд долл., а к 2009 г. он достигнет 10 млрд. То есть превысит, по всей видимости, объемы продаж листовых печатных машин. Интересно, что больше половины объема продаж систем автоматизации придется на США. Предположение достаточно странное. Что, они там в Америке уделяют существенно больше внимания автоматизации производства, чем наши западноевропейские соседи? При приблизительно равных объемах полиграфического производства такой разницы получаться не должно. Скорее, американцев, видимо, уже перегрузили проблемами автоматизации производства, а руково-

АНЕКДОТ ИЗ ПРОШЛОЙ ЖИЗНИ

Лет 15 назад тогда еще не имевший никакого отношения к полиграфии главный редактор стоит с начальником типографии в печатном цехе. Там два Ромайора и еще пара станков высокой печати. Начальник показывает мне свое хозяйство, рассказывает о том, как он может на всем этом красиво печатать. В это время в цех вваливается совершенно пьяный мужик. На плече у него кувалда, в руке лом. Начальник говорит: «О, сервисный инженер приехал! Вызвали, чтобы сделал профилактику, а то что-то вот тот Ромайор у нас барахлит».

Смеяться уже можно, но анекдот-то на самом деле в том, что в этом печатном цехе и сегодня стоят те самые два Ромайора.

дителей европейских типографий волнуют еще и другие проблемы.

Предположения поставщиков систем управления рабочими потоками по поводу перспектив российского рынка очень радужные. Теоретически, наш рынок очень большой, есть крупные предприятия, которым необходима единая система управления. Но на нашем рынке пока используются либо сделанный в Excel набор таблиц, либо существенно адаптированная известная бухгалтерская система. Скоро в нее включат уже поддержку JDF и все станет совсем хорошо.

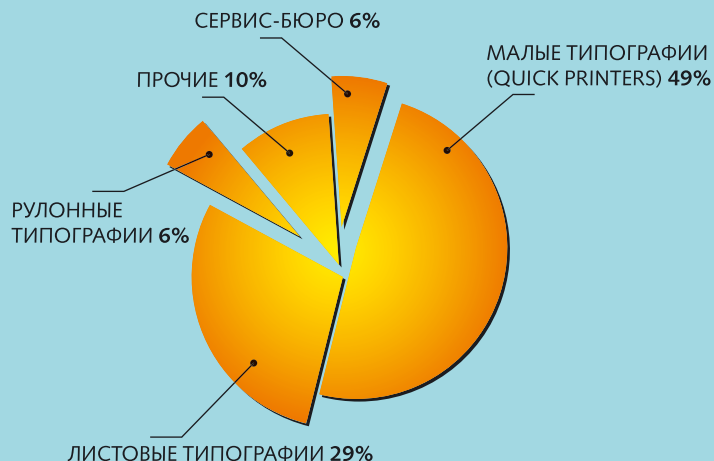
ИДЕЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Позвонил тут знакомый из США. Как это стало уже привычно, хотел получить от главного редактора информацию о состоянии российского рынка полиграфического оборудования и услуг. Он высказал оригинальную идею про перспективы развития всего этого, которую в Америке уже знает, видимо, каждый ученик начальных классов.

Идея глобализации, конечно, не оригинальна. Все объединяются и/или приобретают конкурентов. Это происходит не только в Америке, но и в России. Правда, пока в нашей полиграфии

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АМЕРИКАНСКИХ ТИПОГРАФИЙ И ДОПЕЧАТНЫХ КОМПАНИЙ В 2006 г.

(Общее число фирм 27185)



ИСТОЧНИК: TWCA

этот процесс идет несколько оригинальным путем. С одной стороны, идет процесс приватизации крупнейших государственных полиграфических предприятий. На это накладывается постепенный приход западных производи-

тели, которые стараются сегодня застолбиться на нашей территории. Началось все с сигаретных пачек, потом плавно перетекло в гибкую упаковку. Теперь потихоньку на наш рынок начинают приходить и производители кар-

Horizon
Финишное оборудование

Листоподборочная линия
Horizon VAC100

УВЕРЕННАЯ ПОБЕДА

APOSTROFPRINT
ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ. ПРОДАЖА И СЕРВИС

Москва: (095) 781-38-38
www.apostrof-print.ru

Санкт-Петербург: (812) 449-21-42
Ростов-на-Дону: (8632) 58-97-78
Екатеринбург: (343) 371-51-40
Новосибирск: (3832) 12-00-14

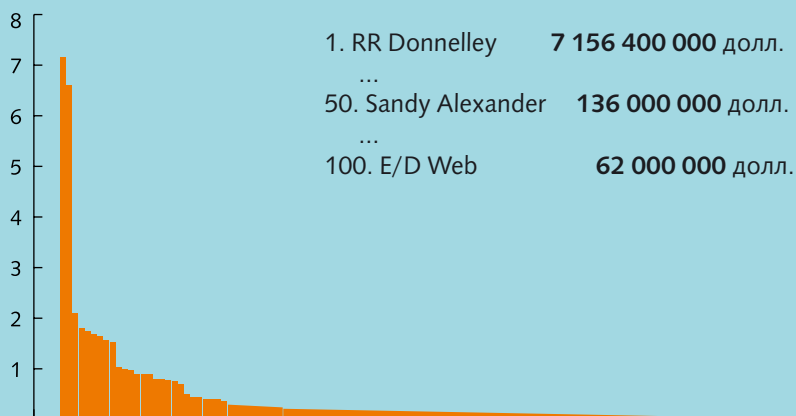
тонной упаковки. Из недавних сделок можно вспомнить приобретение контрольного пакета акций офсетного производства питерского «Полиграфоформления» крупнейшим европейским игроком этого рынка. Насколько нам известно, переговоры о таких приобретениях идут постоянно. Потребителям упаковки необходимо производство в нашей стране, а не в Германии или Польше.

В марте Россию должны посетить представители одной из американских типографий, входящей во вторую десятку рейтинга. Как думаете, зачем? Провести переговоры о приобретении российской типографии. Понятно, что американское полиграфическое предприятие с годовым оборотом около миллиарда долларов может позволить себе купить кого-нибудь из наших, но, может быть, еще не настало время продавать?

АМЕРИКАНСКИЙ РЫНОК

Мы заинтересовались сегодняшним состоянием рынка полиграфических услуг в США. Обратились к нескольким свежим исследованиям этого рынка. Получили очень интересные результаты. Оказалось, что число «креативных» компаний, которые занимаются дизайном выросло в 2005 г. на 4%. А вот количество типографий, которые печатают их креативы, сократилось на те же 4%. Но самое интересное в том, что там процесс глобализации уже практи-

ОБОРОТЫ СТА КРУПНЕЙШИХ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В 2005 г. (Млрд долл.)



ИСТОЧНИК: PRINTING IMPRESSIONS

чески завершился. Рынок поделился на монстров и карликов. Монстров мало, карликов — много. Причем доля малых типографий, которых в США аж 13 тыс. в общем объеме производства полиграфической продукции, составляет всего 10%

Факт, что в традиционном списке крупнейших американских типографий, ежегодно составляемом журналом Printing Impressions, крупнейших стало не 500, а 400. Причем оборот последнего в рейтинге соответствует нормальной ведущей московской ком-

мерческой типографии. А вот крупнейшая московская коммерческая типография могла бы войти не в четвертую, а в третью сотню американских. «Алмаз-Пресс» вообще попал бы в первую, а пермская печатная фабрика «Гознак», страшно сказать, оказалась бы на 48 месте!

ПОЛЬША

Кстати, мы рассказывали в предыдущем номере о попавшем к нам в руки обзоре европейского рынка, сделанного компанией Pira. Высказывали сомнения по поводу правильности оценок. В частности там Польшу поставили ниже, чем Россию. А. Амангельдыев посетил недавно эту страну. Журнальные типографии там всюю печатают издания для России. Одна из крупнейших — частная типография Winkowski. Ее оборот в 2005 г. составил 132 млн евро. Это существенно больше, чем суммарный оборот «Алмаз-Пресс» и «Пушкинской Площади». 18 рулонных печатных машин перерабатывают 130 тыс. т бумаги и 2,7 тыс. т красок в год. Причем на экспорт отгружается всего 37% ее объема производства.

Вроде бы все понятно, польский журнальный рынок, видимо, существенно больше нашего. Но есть одно интересное замечание. Соотношение оборота и стоимости перерабатываемой бумаги. Оно существенно меньше, чем у российских журнальных типографий. Значит они умеют организовать производство с существенно более низкой себестоимостью. Вот этому, видимо, нашим предприятиям надо учиться. Вопрос в том — где?

ХОРОШИЕ НОВОСТИ ИЗ РЫБИНСКА

Ходило много слухов о том, что рыбинский завод полиграфических машин прекратил свое существование. Так и случилось, в декабре производство прекратило работу. Но стояло оно всего три месяца. С первого марта завод возобновил производство печатных машин.

Главный редактор, к сожалению, не смог поехать на мероприятие, посвященное возобновлению производства печатных машин в Рыбинске. По словам Е. М. Марголина, новый инвестор, который приобрел обанкротившееся производство, никакого отношения к полиграфии не имеет. Сначала они не планировали заниматься печатными машинами, а просто использовать литейное производство для своих нужд. Когда выяснилось, что у рыбинских

печатных машин есть хорошие перспективы, было принято решение возобновить их производство.

Когда смотришь со стороны, то всегда, обычно, болеешь за своих. Будь то футбол, хоккей или что-то более серьезное. При всех плюсах и минусах рыбинским печатным машинам принадлежала достаточно большая доля российского рынка. И в производстве газет, и в производстве книг. Газеты сегодня один самых интересных секторов, и есть наши читатели, которые предполагали приобретать именно их, но когда обозначились проблемы — пришлось выбирать производителей из других стран, благо их достаточно. Индия, Германия, Китай. Но должно же быть и отечественное производство печатных машин. Как же без него? А то вдруг случится что, спохватимся, а нам даже прокламации не на чем будет печатать.

ИЗДАТЕЛЬСТВО
КУРСИВ

107140, Москва, а/я «Курсив»,
Тел.: (095) 725 6001, E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru



Журнал о новых
полиграфических
технологиях



Журнал о флексографии
и специальных
видах печати



Журнал для тех,
кто заказывает
или производит
упаковку



Журнал о полиграфии.
Новости, интервью,
обзоры, аналитика



Журнал о цифровых
технологиях
в полиграфии
и издательском деле



Журнал для заказчиков
полиграфической
продукции



ОТКРОЙТЕ

ИСТОЧНИК

ФОРМАТ

Журнал «Формат» — новое явление в области полиграфии, не имеющее аналогов среди периодических изданий. Каждый номер журнала — своеобразное практическое пособие для заказчиков печатной продукции. Какую технологию предпочесть? Что необходимо знать, прежде чем разместить заказ на наиболее выгодных условиях? Какие трудности могут возникнуть и как их предотвратить? Журнал дает ответы на эти и многие другие вопросы, демонстрирует удачные решения и оригинальные идеи российских типографий, рекламных агентств и дизайн-студий. «Формат» — источник ценной информации для читателей. Источник клиентов — для типографий и рекламных агентств.



Heidelberg Prosetter. Точно в цель.

Heidelberg, поставщик комплексных решений в полиграфии, представляет устройство CtP из семейства Prosetter, обеспечивающее высочайшее качество печатных форм и надежность в работе. Все модели Prosetter основаны на использовании фиолетового лазера, и, благодаря построению «внутренний барабан» с системой температурной компенсации, предлагают выдающуюся точность экспонирования. Возможность оснащения устройства однокассетным или многокассетным загрузчиками для полностью автоматизированной работы позволяет Prosetter отвечать всем требованиям Вашего бизнеса.