НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО

GRAPHIC ARTS NEWS

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 4 (58) ■ АПРЕЛЬ 2005

АМЕРИКАНСКИЕ **ГОНКИ**

с. 16

В НОМЕРЕ:

ПОЛИГРАФИЯ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ 3
ДИЗАЙН И РЕКЛАМА 7
ВЕНЕЦИАНСКИЕ КАНИКУЛЫ 8
NISSA+GOSS 9
РАПИДА 105 В СИБИРИ 12
УСТАНОВКИ FUIJIFILM 13
МОСКОВСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ СОЮЗ 14
АМЕРИКАНСКИЕ ГОНКИ 16

У дизайнеров намного больше мыслей про оригинальные отделочные процессы, которые типографии придется делать вручную

А. Романов (с. 3)

Каждую работу приходиться делать так, чтобы тебе самому она нравилась

Я. Мартынов (с. 1)

Я считаю, что сделать бизнес в дизайне достаточно легко. Нужно просто очень хорошо работать. Паши как лошадь, и все получится

В. Копейко (с. 4)

Ярослав МАРТЫНОВ (YAR)

Графическая студия inDezzign

Директор

ГАРТ: Ярослав, для Вас дизайн — это бизнес или увлечение молодости, с которым сложно расстаться?

Я. М.: Для меня это бизнес, причем честный. Я имею в виду, что каждую работу приходиться делать так, чтобы тебе самому она нравилась.

Работаешь не на 100% ради денег, но и с позиции того, чтобы сделать хорошо. Для себя. Когда заказчик работу принимает, то ты получаешь гораздо большее удовлетворение, чем если бы сделал «вкусно», чтобы сразу взяли. Знаете, это так же приятно, как дарить подарки.

ГАРТ: Неужели можно каждую работу сделать так?

Я. М.: Я, по крайней мере, стараюсь. Есть, конечно, заказы, например, по адаптации упаковки. Их и дизайном особо не назовешь.

(Продолжение на с. 10)

Василий КОПЕЙКО

Typo Graphic Design

Генеральный директор

ГАРТ: Василий, сколько лет студии Typo Graphic Design?

В. К.: Студия создана в 1992 г. Я занимался коммерческим дизайном и раньше, но 13 лет назад стало понятно, что есть объем работ, который в одиночку сделать уже нельзя, приходилось привлекать исполнителей. Появилась идея создания фирмы.

Для дизайна начало 90-х было счастливым временем. Бизнес можно было создать практически с нуля. Путь развития был простым. Клиенты размещали заказы, причем большие, на условиях полной предоплаты. Это позволяло очень быстро развиваться. Так что к 1994 г. у нас было уже очень большое портфолио работ.

В начале 90-х возникли и другие российские дизайн-студии «первой волны».

(Продолжение на с. 4)

MEGA ART

90

115

130

150

170

200

250

экономичная
мелованная бумага

470 x 620

470 x 650

620 x 940

640 x 900

700 x 1000

Комус ПСБК (095) 729-54-64

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. Электрозаводская, 37/4, стр. 7
Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»
Телефон/факс: (095) 725 6001
Подписано в печать: 29.04.2005

Отпечатано в ОАО «Типография «Новости», Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46
Телефон: (095) 265 6108, 265 5553
Заказ № 1285
Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2005
Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства
За содержание рекламы редакция ответственности не несет

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

МАЙ 2005:
ИЗДАТЕЛЬСТВО

ИЮНЬ 2005:
УПАКОВКА

ИЮЛЬ 2005:
РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

АВГУСТ 2005:
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПОЛИГРАФИЯ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Не знаю, надо, видимо, опять извиниться, хотя за ошибки других извиняться обидно. Мне позвонили благодарные читатели и попросили рассылать ГАРТ немного пораньше. Так, чтобы они успевали на анонсируемые в очередном номере мероприятия. Хорошо, мы поменяем контору, которая занимается рассылкой ГАРТа. Видимо, настало время или под майские у них была сумасшедшая загрузка.

Первый номер про «дизайн и бизнес» мы сделали еще в апреле 2001 г. Можно сказать, что теперь это традиционная тема, и раз в год, а то и чаще, мы разговариваем с представителями дизайнерского сообщества. Надеюсь, типографиям это интересно, ведь своего заказчика надо очень хорошо понимать — для того, чтобы работать с ним постоянно. Дизайнеры, конечно, заказчики не самые лучшие. Среди них есть продвинутые, кто наелся сервисом в агентствах и типографиях, которые берутся за любую работу, но сделать ничего не могут. Такие теперь размещают заказы только в «Линейке» и «Альфе» и еще в ограниченном круге типографий.

Проблема типографии «под дизайнеров» в том, что система взаимоотношений с хорошими клиентами в ней должна быть настолько отлаженной, а самые «косые» заказы должны выполняться настолько качественно, чтобы потом дизайн-студия могла сказать только одно слово — «Спасибо!» Причем, это не только про печать, у дизайнеров намного больше мыслей про оригинальные отделочные процессы, которые типографии придется делать вручную. В такой типографии должен быть отдел продаж по работе с дизайн-студиями, и должен быть технологический отдел, специалисты которого смогут реально оценить возможность производства конкретного дизайнерского изделия. Не навскидку, а реально, ведь потом придется все переделывать вручную, если что.

Самое важное в дизайнерском бизнесе — утвердить у клиента макет. Когда он утвержден — можно начинать радоваться, но очень важно при этом представлять себе типографию, возможности которой позволят воплотить в жизнь данную работу. Ведь переутверждать макет можно, но точно так же, как и есть «любые грибы».

Я — не дизайнер, но вспоминаю свой первый полноцветный заказ, который сдал в одну небольшую коммерческую типографию в 1994 г. И там на однокрасочной машине его отпечатали. Даже странно. Одна из не самых уважаемых в кругах специалистов по препресс программа векторной графики, импортированные в нее растровые RGB-изображения, сплошная плашка из одного черного...

Наверное, это получилось совершенно не случайно. Люди разобрались, переделали файлы перед выводом, перевели все в CMYK, и все получилось. То есть работали так, как сегодня работают лучшие типографии... Хотя нет — я пленки тогда выводил в другом месте и сдал в типографию готовые. Так что исправить они ничего не могли, но отпечатали ведь...

Андрей Романов
главный редактор

НОВОСТИ

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

Комус ПСБК

Бумага мелованная матовая UPM Finesse 300 плотностью 130 г/м² предоставлена фирмой «Комус»

Василий КОПЕЙКО

(Продолжение. Начало на с.1)

Тем, которые решились выйти на рынок на несколько лет позже, пришлось намного сложнее.

ГАРТ: Для кого вы в те годы делали дизайн?

В. К.: Для самых разных крупных компаний. Можно вспомнить «Инкомбанк», которого уже нет... В середине 90-х мы вели группу «Онэксим-МФК», работали с «Росно», Sony, Coca-Cola.

ГАРТ: А как пережили кризис?

В. К.: У нас был очень стабильный бизнес, дефолт, конечно, несколько изменил ситуацию, но мы по инерции продолжали еще некоторое время работать как раньше, выплачивать докризисные зарплаты сотрудникам. Потом, конечно, пришлось ввести некоторые коррективы.

ГАРТ: Сегодня дизайн — это бизнес?

В. К.: Да, но нормальные деньги клиент заплатит только хорошей дизайн-студии. Это надо заслужить. Правда, я считаю, что сделать бизнес в дизайне достаточно легко. Нужно просто очень хорошо работать. Паши как лошадь, и все получится. Я, в принципе, до 28 лет был еще бездельником. Но на начальном этапе мне пришлось пять лет работать без выходных и отпусков.

Закончилось все перенесенным на ногах гриппом с серьезными осложнениями. В результате стало очевидно, что так больше жить нельзя. Постоянное состояние стресса ни к чему хорошему не приводит.

После этого эпоха романтики в нашей студии закончилась, мы начали создавать бизнес.

Первые пять лет дали неоценимый опыт. Стало понятно, что надо выстраивать некоторую нормальную систему, когда генеральный директор может съездить отдохнуть на несколько недель, а бизнес будет продолжать нормально работать.

ГАРТ: Какие работы вы сегодня делаете?

В. К.: Разные. Продолжаем работать с банками и страховыми компаниями. Делаем ежегодные отчеты, буклеты, календари. Занимаемся дизайном журналов. Недавно закончили работу над новым макетом для журнала «Эксперт». Нельзя сказать, что заработали много денег, но познакомились с очень хорошими людьми, ведь издание на российском рынке уникальное. Мы полгода работали над ним, но просто сделать макет журнала — значит ничего не сделать. Пришлось сначала найти нового арт-директора издания, а потом вместе с ним делать новый макет. Я остановил свой выбор на Сергее Жегло, одном из самых радикальных московских дизайнеров.

ГАРТ: Как Вы считаете, новый макет «Эксперта» лучше, чем макеты конкурирующих изданий?

В. К.: Я считаю, что качественные оценки для этого не подходят. Есть хорошие журналы, макеты которых были сделаны некоторое количество лет назад. Я бы сказал, что наш макет «Эксперта» — некоторый шаг вперед. Он является на сегодняшний день более актуальным.

ГАРТ: Василий, сейчас, грубо говоря, есть десять крупных студий, которые делят между собой российский рынок заказов на графический дизайн. Может в какой-то момент образоваться одиннадцатая или нет?

В. К.: Конечно, но молодым дизайнерам выходить на этот рынок сегодня непросто. Нет достаточного портфолио, наград, истории по работе с крупными клиентами.

Вспомните начало 90-х — эпоху засилья дизайнеров-дилетантов. Когда программисты, первыми освоившие компьютеры и программы занялись «дизайном» всего. Эти «номинальные дизайнеры» очень сильно навредили рынку. Они сформировали у заказчиков впечатление, что все можно сделать быстро и очень дешево

Но рано или поздно это произойдет, и появятся молодые и агрессивные студии. Нам придется потеснится, это жизнь.

ГАРТ: От сетевых агентств заказы не поступают?

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:

В. К.: Почти нет. Клиенты у нас в основном прямые. Есть много очень крупных заказчиков, которые с сетевиками не работают, а есть клиенты, которые заказывают у сетевиков видеоролики, но за графическим дизайном приходят к нам.

Хорошие дизайн-студии делают хорошие работы. Но и цены у нас высокие. Есть много крупных клиентов, непривыкших достойно платить за дизайн. Обращаются в третьесортные фирмы, получают не самые лучшие результаты. Постепенно они поймут, что нужно тратить больше денег именно на дизайн. То есть перспективы у этого рынка хорошие.

ГАРТ: В том же «Эксперте» приводятся оценки объема российского рынка дизайнерских услуг. Это всего 60–70 млн долл. Видимо, это существенно заниженная оценка. Ведь российские типографии все больше стараются создавать собственные дизайн-студии, чтобы предоставлять клиентам дополнительный сервис.

В. К.: Даже если речь идет только о графическом дизайне, оценка представляется заниженной. А для типографии, имеющей собственную дизайн-студию, основным бизнесом является печать, поэтому они берут за дизайн не самые большие деньги. Так что их доля на рынке дизайн-услуг, на мой взгляд, не самая большая. Да и наличие дизайн-студии в типографии совсем не означает, что там делают дизайн. Я не знаю успешных студий в типографиях.

ГАРТ: А «Линейка»?

В. К.: Это исключение. Ребята с самого начала сделали ставку на дизайнеров и привлекли лучших. Они свой бизнес раскручивали через дизайнеров еще 10 лет назад. А для некоторых типографий это стало понятно только сейчас.

ГАРТ: Если выйти на улицу и посмотреть вокруг, то складывается впечатление, что общий уровень дизайна в нашей стране до сих пор низкий.

В. К.: У нас хорошую вывеску должен делать хороший дизайнер, а в любой цивилизованной стране вывески делают рядовые дизайнеры. Но этот рядовой дизайнер плохо сделать не может, потому что это часть его культуры. Сравните, на что они смотрели в детстве, и на что мы.

Вспомните начало 90-х — эпоху засилья дизайнеров-дилетантов. Когда программисты, первыми освоившие компьютеры и программы занялись «дизайном» всего. Номинально они были дизайнерами. Человек, который купил фотоаппарат-мыльницу может номинально называть себя фотографом, ведь он тоже выставляет кадры и нажимает на кнопку. Эти «номинальные дизайнеры» очень сильно навредили рынку. Они сформировали у заказчиков впечатление, что все можно сделать быстро и очень дешево. Но постепенно большинство серьезных компаний поняли, что без нормального дизайна нельзя. Мы победили.

ГАРТ: Но некоторые из тех «номинальных» тоже с приходом опыта стали не совсем номинальными?

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ
Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

В. К.: Возможно. На самом деле все еще сложнее, но всегда так было, что есть настоящие художники, и есть те, кто зарабатывает живописью деньги.

Я, например, много общаюсь с актуальными московскими художниками. Есть интересные темы.

Главная проблема дизайна заключается в том, что дизайнеры варятся в соку собственной тусовки. Общаются с такими же, смотрят работы других и бесконечные каталоги работ. Скажем так, существуют в отрыве от общекультурного контекста.

Дизайнеры должны подпитываться извне. Слушая хорошую музыку, смотря хорошие фильмы, читая серьезную литературу. Есть общие тенденции развития, которые должны отражаться в работах дизайнеров. В качестве классического примера — после запуска первой ракеты появились пылесосы в форме ракет, на автомобилях появились элементы кузова космического дизайна, хотя с точки зрения функциональности они не были необходимы.

Я считаю, что в Москве только несколько дизайнеров могут выйти за рамки именно дизайна, освободиться от них и сделать актуальную работу.

ГАРТ: Василий, а с кадрами дизайнерскими как обстоят дела?

В. К.: При некотором относительно высоком среднем уровне найти хорошего дизайнера сегодня непросто. Чтобы он мог самостоятельно мыслить и делать хорошие работы. Такие есть, но их очень мало. А так, дизайнеров много. «Школа графического дизайна» и «Полиграф» выпускают очень хорошие кадры.

ГАРТ: Но все-таки хорошему дизайнеру нужна хорошая школа, которую они там могут дать. Или нет?

В. К.: Конечно, школа необходима. Но нужна еще и передача опыта коммерческой работы. Одна из проблем в том, что неопытные дизайнеры часто идеализируют свою профессию, и это мешает им работать. Есть разные заказчики. И необходим некоторый профессиональный цинизм. Бывает заказчик, который в конце концов приедет, будет стоять за спиной и пытаться руководить твоими действиями. Как ни выкладывайся, хорошую работу так сделать невозможно. Потому что «хорошо» с его точки зрения и с вашей — совершенно разные вещи. Неопытный дизайнер сделает, скорее всего, плохую работу, но будет при этом стараться и потратит много времени. А нужно цинично сделать добротную «холодную» вещь. Но при этом профессиональную.

Сил и таланта каждому человеку отпущено определенное количество, и использовать их нужно для хороших работ, которые необходимо делать «в полный рост». Надо уметь дозировать. И если посмотреть все работы хорошей дизайн-студии, скажем, за год, то из них только 20% тех, на которых полностью выложились. Конечная цель дизайнера — сделать так, чтобы заказчик остался удовлетворен, при этом сделанный дизайн был адекватен и не помешал бы потом бизнесу заказчика.

ГАРТ: Но получается, что делать оставшиеся 80% чуть ли не сложнее?

В. К.: Да, приходится напрягаться, но у меня, например, хорошая «школа». Я могу быть «разным» — делать и радикальные работы, и абсолютно академические.

ГАРТ: А что за школа?

В. К.: Обычная, ХТОПП «Полиграфа». Потом работа в «Промграфике». Пришлось потрудиться во «Внешторгиздате».

ГАРТ: Что еще хорошего?

В. К.: Едем всей студией на большую майскую рыбалку. Четыре джипа, море водки, сети, моторная лодка... Шесть дней отдыха от дизайна.

ГАРТ: Получается иногда «бросить все»?

В. К.: Да, получается три раза в год — на майские, на Новый Год и еще на «Дизайн и Рекламу».

ГАРТ: Как, по Вашему мнению, прошла выставка в этом году?

В. К.: Нормально. Мне, например, понравилась одна молодая студия, она представила работы с хорошей типографикой. Но студий на выставке в этом году было всего пять!

ГАРТ: А потенциальные клиенты-то были?

В. К.: Да, но не так много. Я считаю, что рынок услуг по графическому дизайну стал открытым, и все про всех все знают. Зачем клиенту приходить на выставку, если он и так знаком со студиями?

Для нас сегодня это скорее имиджевое мероприятие. Но лет восемь назад мы познакомились на выставке с клиентом, который оплатил впоследствии все выставки на несколько лет вперед.

А сейчас для того, чтобы познакомиться с потенциальными клиентами, мы поступаем достаточно просто. Отправляем каталог наших работ, перезваниваем, хотим приехать поговорить. Есть, конечно, и непробиваемые таким способом клиенты, но их немного.

flexoplus.ru
сайт, посвященный флексографии. конференция.
заходите!

МАРИЛОК В СИБИРИ

В начале апреля компания «Марилок» впервые приняла участие в выставке оборудования и материалов «Печатный двор Сибири», прошедшей в Новосибирске. На стенде фирмы были представлены образцы клише для горячего тиснения и конгрева, патрицы, расходные материалы для послепечатных работ и изготовления клише, оборудование для финишной отделки полиграфической продукции.

Большой интерес посетителей выставки вызвали клише для тиснения и конгрева из меди, магния и латуни, изготавливаемые фирмой «Марилок». Многие полиграфисты отмечали превосходное качество клише, а умеренные цены на представленную продукцию и короткие сроки изготовления расположили к сотрудничеству многих посетителей выставки.

Представленные на выставке декельные материалы, высокотемпературный термоскотч для крепления клише и карандаш для их чистки покупали, как говорится, «не отходя от кассы». В последний день выставки были проданы даже выставочные образцы.

Многие компании, настроенные на повышение качества изготавливаемой полиграфической продукции, провели переговоры по приобретению представленного оборудования ведущих европейских производителей, как нового, так и б/у. После подведения итогов выставки руководство компании всерьез задумалось об открытии представительства «Марилок» в Новосибирске.

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

Выставка оставила двойственное впечатление. За час ее можно было обойти два раза. Организаторам удалось собрать достаточно много типографий, зато участвовавшие дизайн-студии можно было пересчитать по пальцам. Опять отличилась «ЛинияГрафик!», раздававшая посетителям домашние кинотеатры... Целый этаж поставщиков сувениров, скучающие на своих стендах бумажники... Посетителей было немного, по крайней мере вечером во второй день выставки. Но интересно, что и студии, и типографии отзывались о выставке как о достаточно успешной.

Может быть, у нас теперь другие и дизайн, и реклама? По крайней мере в 2006 г. выставка переезжает в «Крокус Сити». И есть два варианта развития событий. Либо она на этом просто закончится, потому что за окружную не поедут ни экспоненты, ни посетители, либо на самом деле превратится в серьезную выставку, в ней будут участвовать крупные агентства, студии и типографий, между стендами которых будут бродить только серьезные заказчики?

Лишним подтверждением серьезности посетителей прошедшей выставки стала гора новых подписчиков ГАРТ из самых разных организаций. Об одном можно сказать отдельно, вот выдержки из анкеты «... Постоянный клиент и заказчик крупнейших полиграфических компаний Москвы и регионов... Своей производственной базы нет... Ведущий специалист... ОАО МТС... Москва, ул. Воронцовская...»

гармония развития

Офсетные краски для листовой и рулонной печати
PRINTHOUSE
(095) 937 5151

Жидкие краски для печати на упаковке
FLEXOHOUSE
(095) 782 1382
БИК
(812) 322 6466

Краски для узкорулонных печатных машин
ARTMARK
LABEL SYSTEMS
(095) 935 8556

Офсетные краски Trenal для рулонной печати
ITRACO
(812) 329 2900

Московское представительство
ANI PRINTING INKS
Ленинградское ш.
16, стр. 9.
(095) 775 1760

ANI
FROM THE FIRST IMPRESSION

ВЕНЕЦИАНСКИЕ КАНИКУЛЫ

Компании «Группо Корденонс» и «Комус ПСБК» объявляют конкурс среди своих клиентов. В первой номинации конкурса — «Ее Сиятельство Печать» — будет определена лучшая работа по качеству полиграфического исполнения и дизайна на бумаге, произведенной «Группо Корденонс». Победителя этой номинации определяет жюри, в которое входят представители руководства компании «Группо Корденонс». К участию в конкурсе в этой номинации принимаются работы (в двух экземплярах), выполненные на бумагах из коллекций производства компании «Группо Корденонс». Срок приема работ — с 25 апреля по 25 июля. Работы принимаются по адресу: 107113, Москва, ул. Маленковская, д.32, строение 3. Конкурс «Венецианские каникулы». К конкурсной работе должно быть приложено письмо с указанием компании, краткой информации о работе (способ печати и послепечатной обработки, название бумаги), контактные данные для связи.

Количество работ, которые могут быть представлены на конкурс, не ограничено. Представленные на конкурс работы становятся собственностью «Комус ПСБК».

Втора номинация — «Его Величество Объем» — на достижение наибольшего суммарного объема закупок бумаги производства компании «Группо Корденонс» в «Комус ПСБК» в период с 1 мая по 31 июля 2005 г. Победителя этой номинации определяет жюри, в которое входят представители руководства компании «Комус ПСБК».

Победители конкурса в двух номинациях (по одному человеку в каждой номинации) награждаются поездкой в Венецию в сентябре 2005 г. Участники конкурса должны иметь заграничные паспорта со сроком действия до декабря 2005 г. Итоги конкурса будут объявлены на сайте www.bumaga-komus.ru до 25 августа 2005 г.

PRINANCE В РОССИИ

1 апреля 2005 г. в типографии «Линия График!» прошла презентация пилотного проекта, в рамках которого были представлены завершенные модели работы информационно-управляющей системы Prinance и системы автоматизации работы типографии и построения системы управления цветом Prinect. Необходимо отметить, что это первая полная реализация данных проектов не только в России, но и в странах СНГ. Это можно считать совместным проектом типографии «Линия График!» и компании «Гейдельберг СНГ». В его разработке были задействованы сотрудники обеих компаний. Работа над завершенной комплексной моделью Prinect велась полтора года.

Одним из важнейших результатов плодотворной работы можно считать тот факт, что программа Prinance была полностью переведена на русский язык, а ее база была адаптирована с учетом потребностей российских пользователей. Это первая серьезная версия на русском языке.

Во время презентации слушателям была представлена завершенная модель работы системы. Был показан весь процесс прохождения обработки заказов в системе Prinance.

При этом, в рамках системы Prinance была продемонстрирована возможность работы в автоматическом режиме с пультом CP 2000 и программой SignaStation (программа электронного спуска полос).

Информационно-управляющая система Heidelberg Prinect Prinance предназначена для поддержки всех бизнес-процессов, включая продажи и поставки. Она позволяет осуществлять точную калькуляцию стоимости заказа, а также вести плановый учет затрат. Эта система предоставляет удобный доступ к информации о работе и заказчике, а также облегчает принятие управленческих решений на основе оперативной информации (подробная система отчетов и статистических данных). Heidelberg Prinect Prinance позволяет создать справочник заказчиков, а также есть возможность оперативной обработки заявок, индивидуальных коммерческих предложений.

В ближайшем будущем система Heidelberg Prinect Prinance будет внедряться еще в ряде типографий.

NISSA+GOSS

11 апреля 2005 г. компания Goss International объявила, что «НИССА Медиа-Проект» является официальным агентом по продажам газетного оборудования торговой марки Goss в России и странах СНГ.

«Нисса» уполномочена осуществлять продажи печатных машин Goss Community и Universal, имеющих одинарную ширину; машины с двойной шириной полотна Colorliner, Newsliner и Uniliner. «Нисса» также осуществляет поставки запчастей, предоставляет сервисную поддержку и участвует в программе модернизации производств, базирующихся на оборудовании Goss.

Владимир Кретинин, генеральный директор фирмы «НИССА Медиа-Проект», заявляет: «Мы рады, что корпорация Goss наделила «НИССА Медиа-Проект» агентскими полномочиями в области реализации своего газетного оборудования. 2004 г. был для нас очень удачным, и в 2005 г. мы надеемся закрепить успех продаж газетной техники, как одинарной, так и двойной ширины полотна».

Только 2004 г. принес «Нисса» и Goss, ведущим совместную работу с клиентами, 8 заказов на поставку печатных машин Goss Community, которые устанавливаются по всей стране.

В. Кретинин продолжает: «Последние годы газетный рынок России и стран СНГ претерпевает качественные и количественные изменения. Прежде всего это касается увеличения числа полос и цветности изданий. Как следствие этих тенденций возникла потребность в модернизации существующих типографий и строительстве новых. Практически идеальное соотношение цены и качества газетных машин Goss, внимательное отношение всех служб этой компании к потребностям наших клиентов позволило нам уверенно занять лидирующие позиции на рынке печатных машин в нашем регионе».

Филипп Циммерман, заведующий отделом продаж в данном регионе, утверждает: «Начало нашей совместной работы с компанией «НИССА» в 2004 г. было довольно многообещающим, и мы приложим все усилия, чтобы сохранить прочные связи со своими агентами. Печатная машина Goss Community очень популярна в этом регионе благодаря широкому спектру опций и характеристик, которые идеально соответствуют требованиям рынка. Это же касается и другого оборудования Goss, а именно печатной машины Universal, а также машин с двойной шириной полотна».

ОБУЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЮ

На факультете «Цифровых систем и технологий» МГУП совместно специалистами кафедры «Цифровых систем управления» и фирмы «Монoритм» начата подготовка студентов по курсу «Информационные системы в полиграфическом производстве». Подготовка сочетает не только теоретические аспекты управления, но и носит прикладной характер. Обучение проходит на базе системы A-System, используемой в практической работе ряда типографий. Фирма «Монoритм» постоянно совершенствует свои продукты и выпускает новые. Так, в марте с. г. завершена разработка системы автоматизированного управления флексографским производством. Система A-System-Flexo и входит в линейку управляющих систем A-System и PrintEffect.

монументальное
ПОЛОТНО

PRINT HOUSE

офсетные полотна
лучших производителей

Расходные материалы для полиграфии

МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 92-3714
СИБИРЬ
Тел.: (3832) 12-5155, 12-0125
УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267
ЮГ
Тел.: (8632) 52-6704, 58-9778
УКРАИНА
Тел.: +380 (44) 212-2619
КАЗАХСТАН
Тел.: (3272) 98-0154, 66-3725

Ярослав МАРТЫНОВ

(Продолжение. Начало на с.1)

Они больше технические, ведь идея в упаковку уже заложена другим человеком. Но если говорить о полноценных творческих задачах, то у меня к ним именно такой подход — чтобы не было потом стыдно.

ГАРТ: Дизайнеру обычно даже та работа, которую он сделал хорошо, через некоторое время перестает нравиться. Хочется внести изменения. Нет?

Я. М.: Бывает. Я считаю, что у человека просто такая натура, он постоянно сам себе старается что-то доказать, сам себя обвиняет и сам себе ищет оправдания, почему он чего-то не доделал — времени не хватило или по какой-то другой причине.

ГАРТ: А что Вам нравится делать больше всего?

Я. М.: Мне очень нравится заниматься черно-белой графикой. Я хотел сделать на последней выставке некую черно-белую акцию. Я делал такие акции в Голландии и Швейцарии.

ГАРТ: А логотипы?

Я. М.: Да, ведь любой логотип несет в себе энергию, между его элементами существует определенная жизнь. Надо рассмотреть его с разных расстояний, отъехать от экрана монитора, распечатать, повесить на стенку и отойти.

ГАРТ: Видимо, так делают немногие, ведь если выйти на улицу, то можно увидеть столько «логотипов». Идешь и не знаешь, плакать или смеяться. А приезжаешь в другую страну и понимаешь мгновенно, что ты не в России.

Я. М.: Да, и если Вы понимаете, что это плохо, то у детей это уже на подкорке. Они-то не знают, что это сделано неправильно. На самом деле, это наша беда.

ГАРТ: Интересно, сколько нужно учиться, чтобы делать хорошие работы?

Я. М.: Всю жизнь. Мне, видимо, повезло, отец занимался монументальным искусством и живописью, я начинал все рисовать руками и лишь в конце 80-х сел за компьютер.

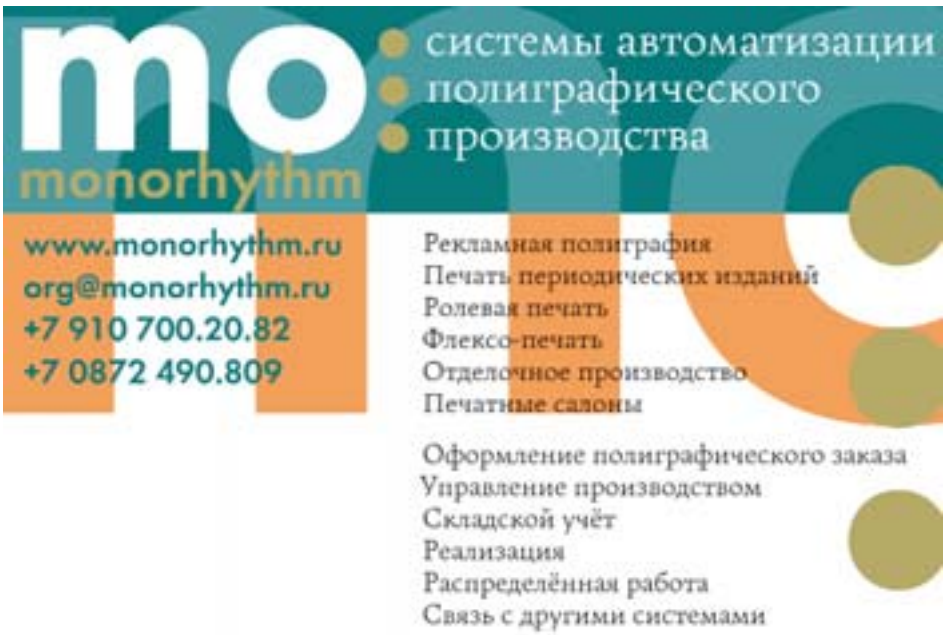
Можно привести аналогию: я в свое время играл в бэнде, исполнявшем американскую кантри-музыку. Настоящие банджо, губная гармошка… все очень красиво. И мы, и наши слушатели считали, что это кантри. Но мы были «не оттуда», не из Америки. А вот в графическом дизайне я сегодня «оттуда», из времени, когда все делалось руками.

Началось все в 1979 г., когда я пришел работать на «Московский машиностроительный завод». Работал там на самых разных должностях — слесарем-ремонтником, заточником, фрезеровщиком, токарем…, а на самом деле все это время был и художником-оформителем. Рисовал кистью лозунги длиной по 120 м. Нарисовать такой лозунг надо было быстро, и мы вдвоем за сутки его делали. Чтобы быстрее сохло, использовали нитрокраску, и к концу работы в помещении вообще было нечем дышать. При этом, если вдруг приезжала какая-то проверка, то нас одевали в робы и ставили обратно к станкам. Тогда компьютеров не было, все делали руками.

ГАРТ: А откуда появились необходимые навыки?

Я. М.: Они приходили постепенно. Поступил на вечернее отделение училища «Имени 1905 года». Прошел там очень хорошую школу графики. Проучился недолго в «Полиграфе», но мне показалось там несколько скучно. Как будто ты находишься в комнате с одним входом и одним выходом. А мне хотелось, как за праздничным столом, попробовать каждое из большого числа блюд. Были интересны разные технологии и материалы.

Я в свое время играл в бэнде, исполнявшем американскую кантри-музыку. Настоящие банджо, губная гармошка… все очень красиво. И мы, и наши слушатели считали, что это кантри. Но мы были «не оттуда», не из Америки. А вот в графическом дизайне я сегодня «оттуда», из времени, когда все делалось руками



Приходилось вставать в 5:20 утра, ехать на завод, а в 16:30 я заканчивал работу и ехал на учебу. Если получалось, то возвращался после учебы домой, а на завтра все снова. Еще и армия грозила. Хорошо, что на работе удавалось иногда поспать первые часок–два. Я, кстати, абсолютно не жалею о годах работы на заводе, это была классная школа жизни, которую сегодня за деньги не пройдешь.

Познание человеческого мира — дело очень хорошее. Школа человеческих отношений суровая, но через несколько лет она мне очень пригодилась. И в дизайне тоже. Сделал работу, начинаешь ее анализировать и понимаешь, почему в голову пришло именно это конкретное решение. В любую работу вкладываешь свое понимание ми-

ра, свой опыт, без этого она будет «холодной».

ГАРТ: После училища все складывалось легко?

Я. М.: Я уже стал к тому времени членом Союза художников. Участвовал в выставках.

Потом была работа по оформлению одного из музеев. Собралась хорошая команда художников, которые понимали друг друга и кроме оформительских работ занимались еще и графикой.

В 1991 г. первый раз поехали в Данию на групповую выставку. Наши работы оказались востребованными, появились контакты. После этого было еще около 40 выставок по Европе и Америке.

Я, видимо, счастливый человек, мне не приходилось делать работы на потребу публике.

ГАРТ: Интересно, когда в Вашу жизнь вошел компьютер?

Я. М.: В середине 90-х меня пригласили поработать за Макинтошем. Я освоил PageMaker и FreeHand. Сделал первые работы, это были открытки. Дальше были другие проекты...

ГАРТ: Компьютером теперь владеете в совершенстве?

Я. М.: Да.

ГАРТ: Вы работали, в основном, как freelancer?

Я. М.: Не только. Поработал в «Метрорекламе», в фирмах, занимавшихся дизайном интерьеров. Приходилось разрабатывать дизайн для больших офисных зданий.

Потом опять freelancer. Потом креативный директор одного рекламного агентства — сделал несколько макетов журналов. Старался всегда делать красиво. До последнего времени был креативным директором брэндингового агентства.

ГАРТ: А брэндинг — это модное слово, или есть реальные заказчики на такие услуги?

Я. М.: Есть заказчики. Мы делали и адаптации, и оригинальные работы, одну из них, кстати, признали лучшим полиграфическим дизайном на прошлогодней выставке «Дизайн и Реклама». Но в России до сих пор многие клиенты думают, что «брэндинг» — это где им за 200 долл. сделают логотип и еще чего-нибудь..., а визитки или весь фирменный стиль просто так, в подарок.

ГАРТ: Теперь у Вас своя студия?

Я. М.: Да. Для начала это будет дизайн-студия, но она должна через некоторое время перерасти в агентство. Планы большие.

ГАРТ: На последней работе их нельзя было реализовать?

Я. М.: Как говорил Максим Горький, настоящий человек стремится туда, где трудно. Вот и мне захотелось сделать все с нуля. Так, как я считаю правильным. Это как с автомобилем. Иногда лучше переплатить и получить новую машину, чем ремонтировать старую.

ГАРТ: А что — надо было перевернуть все с ног на голову?

Я. М.: Нет, но кое-что надо было поменять. Я поясню: у меня есть мастерская. Мне комфортно в ней работать, я спокоен и уверен в том, что получится хороший результат. Хочу создать такую же студию, в которой будет работать несколько дизайнеров. Точно так же спокойно и уверенно делать хорошие работы.

Для этого необходимо выполнить несколько условий. Я приверженец качественной техники и инструмента, потому что человек должен сесть за свое рабочее место и работать с удовольствием.

ГАРТ: Несколько G5 и все, что вокруг — получится оборудования на 10 тыс. долл.?

ГЛЯНЕЦ И ЛОСК

Lotus, машина для ламинирования

steinemann graphic

- Технология «сухого» ламинирования существенно расширяет диапазон используемых плёнок
- Применяемый полиуретановый клей обладает пищевым сертификатом
- Разделительный нож «HotKnife» для высокоточного разделения листов
- Очистка листа ротационной щёткой и выравнивание поверхности горячим каландром
- Станция подачи листов с точным соблюдением перекрытия листов или подачи «стык-в-стык»
- Микропроцессорное управление технологическими параметрами

www.hgs.ru

H.G.S GROUP

117292, Россия, Москва, улица Дм. Ульянова, 6.
Телефон: (095) 737 6270, 737 6272, факс: (095) 125 2240
199034, Россия Санкт-Петербург, 9-я линия Васильевского острова, 12.
Телефон: (812) 328 0248, факс: (812) 323 2528
220034, Беларусь, Минск, ул. Чапаева, д. 5. Телефон: (375172) 36 4912, факс: (375172) 170054

Я. М.: Нет, оборудование будет стоить дороже, около 40 тыс. долл. Мы просто сразу покупаем хороший цветной принтер формата А3. Он один стоит 8 тыс.

ГАРТ: Зачем такой дорогой?

Я. М.: Хорошая дизайн-студия должна и результаты своей работы подавать заказчику хорошо. Кроме того, мы планируем заниматься журналами, а для этого такой принтер просто необходим. Если ты не будешь видеть полосу в цвете, велика вероятность допустить ошибку.

ГАРТ: Сколько будет дизайнеров в новой студии?

Я. М.: На первом этапе — пять–шесть толковых ребят. Потом надо будет расширяться.

ГАРТ: Людей уже нашли?

Я. М.: Да, они уже вышли на работу. Часть из моих старых контактов, часть — новые люди. С некоторыми из них я уже неоднократно сотрудничал.

ГАРТ: Вы полагаете, что новая студия сможет конкурировать с крупнейшими дизайн-студиями?

Я. М.: Лично я в этом не сомневаюсь. Получилась сильная команда, и время само ответит на этот вопрос. Ответит утвердительно (улыбается).

ГАРТ: У большинства Ваших потенциальных заказчиков уже есть каталоги работ этих студий, им уже ничего больше не нужно. И тут приходите Вы...

Я. М.: Могу привести простой пример: на выставке «Дизайн и Реклама» просто пришли новые заказчики из ниоткуда. И не только у нас, насколько мне известно, у многих студий выставка в этом году окупилась.

Самое главное — делать по-настоящему хорошие работы. И такие работы будут востребованы на рынке в любом случае. Я, например, сделал не так давно серию из трех открыток, посвященных майским праздникам. Придумал хорошую идею, и только благодаря этой серии у меня сегодня есть два заказа на календари с серьезным бюджетом. Все цепляется одно за другое. Есть, конечно, рынок годовых отчетов, на котором конкурировать очень сложно. Но если ты делаешь красивые работы, то почему бы нет?

Есть некоторая паутина связей с людьми. В какой-то момент ты начинаешь уметь этой паутиной управлять. Кроме того, у крупных заказчиков иногда есть потребность в адекватном собеседнике. Ему не нужны те, кто приходит кланяться и спрашивать «А как Вы представляете себе эту работу...», нужны люди, которые разговаривают с ним на равных. Только такой подход может привести к действительно креативным решени ям.

ГАРТ: Как Вы считаете, долго еще заказы на дизайн и ребрэндинг крупных российских клиентов будут выполняться за рубежом, причем с не самым высоким качеством и без учета специфики российской шрифтовой культуры?

Я. М.: Я считаю, что это заложено в глубине «схематических передвижений денег» конкретного клиента. Причем организуется тендер, приглашаются ведущие российские дизайн-студии, они делают хорошие работы, а потом тебе говорят: «Ты сегодня был самым лучшим слоном, лучше всех стоял на одной ноге, но корма у нас нет». Все было предопределено заранее, клиент знал, что выиграет зарубежное агентство. С этим очень тяжело бороться.

Но бизнес есть бизнес. Важно подходить к нему без иллюзий. Я готов играть по тем правилам, которые сложились сегодня в нашем мире. Я готов...

РАПИДА 105 В СИБИРИ

26 апреля 2005 г. в Новосибирске в издательском доме «Вояж» была торжественна передана в эксплуатацию пятикрасочная листовая офсетная машина с лакировальной секцией КБА Рапида 105-5+L ALV. Это первая машина КБА такого формата, запущенная в сибирском регионе.

В 2004 г. «Вояж» отметил свое десятилетие. Нельзя не отметить, что это полноценный издательский дом, который отличает комплексный подход к заказчику и заказам. Здесь работают дизайнерский центр, отдел допечатной подготовки, редакторский коллектив, сильная команда менеджеров и высококлассных печатников. Издательский дом поставляет на рынок различную полиграфическую продукцию: от визиток, бланков и этикеток до фотоальбомов, иллюстрированных художественных книг и эксклюзивных имиджевых буклетов. Решение в пользу Рапиды однозначно можно назвать взвешенным и осознанным, хотя в издательском доме «Вояж» уже много лет трудится «мировой рекорд» от КБА — листовая офсетная машина Рапида 72 К. Около года назад была запущена в производство журнальная машина типоряда Компакта.

Новая Рапида 105 позволит типографии значительно увеличить оперативность производства, расширить диапазон предлагаемых полиграфических услуг и еще больше повысить качество печати. Машина уже месяц работает в круглосуточном режиме и отпечатала более двух миллионов оттисков!

На торжественную передачу машины собралось немало гостей — из Германии прилетел директор по сбыту концерна КБА доктор П. Яргсторф, из Москвы приехала группа сотрудников ООО «КБА РУС» во главе с генеральным директором В. А. Мельниченко. На торжественной церемонии было высказано много надежд и сказано добрых пожеланий издательскому дому «Вояж» и его очаровательному директору — О. А. Семеновой. Сама Оксана Алексеевна сказала очень простые и одновременно очень важные слова: «Мы связываем с этой машиной большие надежды и уверены, что они оправдаются, поскольку помним, что за каждой деталью этой машины стоят профессионалы, а также немецкое качество, надежность и мастерство. Мы уважаем своих заказчиков, любим свою работу, мы гордимся, что у нас есть такой замечательный партнер — фирма КБА».

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА
НА «БУМАЖНЫЕ»
ГАРТ и
ГАРТ digital
www.kursiv.ru/GART
РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

УСТАНОВКИ FUJIFILM

В феврале был закончен монтаж CTP Luxel Vx-9600 в ИПК «Пензенская Правда». Это предприятие — один из лидеров полиграфии Поволжья — имеет большой парк рулонных и листовых офсетных машин, выпускает широкий спектр газетной, журнальной и коммерческой продукции. Генеральный директор ИПК В. Г. Егоров так прокомментировал новинку: «Мы давно думали о техническом перевооружении допечатного и формного участков, изучали, сравнивали. На наш взгляд, системы CTP FujiFilm Luxel — оптимальное решение для крупных многопрофильных предприятий, подобных нашему. Немаловажное значение имеет, конечно, и наше давнее знакомство со специалистами «ЯМ Интернешнл». Монтаж системы CTP и последующее обучение наших операторов лишний раз убедили нас в добросовестности и высоком уровне подготовки инженеров этого поставщика».

В марте в самарской типографии «Эффект» сотрудниками сервисного отдела «ЯМ Интернешнл» успешно запущена система FujiFilm Luxel V-6 CTP. Вот слова директора компании «Эффект» С. А. Иванова: «Результат внедрения CTP превзошел наши ожидания. Существенно выросла оперативность и ускорилось прохождение заказов в целом, повысилось качество печати, а обслуживание системы оказалось гораздо проще, чем мы предполагали ранее. Появление CTP в нашей типографии вызвало интерес со стороны коллег, не имеющих собственного фотовывода. В ближайшее время мы планируем наладить производство офсетных форм на заказ. Предварительные договоренности с рядом типографий уже имеются».

21 апреля в Твери прошла презентация системы CTP, на которой присутствовали представители крупнейших издательств и различных типографий. Основной целью данного мероприятия являлось предоставление наиболее полной информации о преимуществах внедрения технологии CTP, возможностях повышения эффективности полиграфического производства, новых возможностях, которые получают типографии и их заказчики.

Система CTP Fujifilm Luxel Vx-9600CTP работает на Тверском полиграфкомбинате детской литературы уже несколько месяцев. Его специалисты набрали определенный опыт и освоили возможности, предоставляемые новой технологией, так что они смогли реально продемонстрировать своим заказчикам и коллегам преимущества, которые сулит внедрение технологии CTP.

По объему производства книг Тверской полиграфкомбинат детской литературы входит в пятерку крупнейших предприятий России. В месяц здесь выходят в свет 3 млн книг в твердом перелете и 7 млн брошюр. Комбинат сотрудничает с ведущими издательствами России, среди которых «Просвещение», «Дрофа», «Росмэн», «АСТ», «Самовар», «Омега». Существенную часть портфеля заказов комбината составляет также рекламная продукция. Сохранять конкурентоспособность помогает постоянная ориентация на модернизацию производства и внедрение передовых технологий.

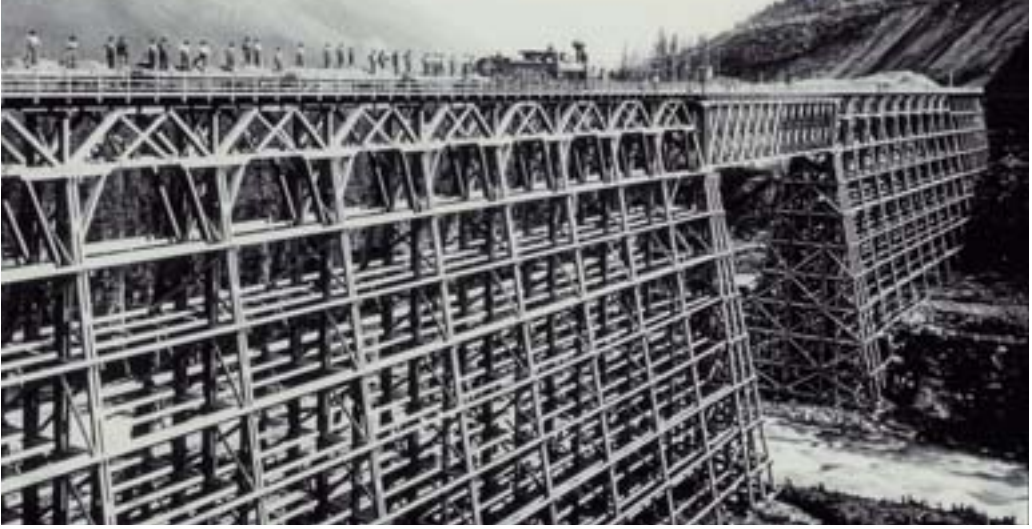
НОВАЯ ФОРМУЛА КРЕДИТА SCREEN
Computer-to-plate 2005

Срок кредитования = + от 6 до 24 месяцев
Сумма кредита = + до 90% стоимости оборудования
Процентная ставка = + от 0% до 10% годовых
Условия оплаты = + по индивидуальному графику
Гарантийное обслуживание = 12 месяцев

МЫ НЕ ОГРАНИЧЕВАЕМ ВАС В ВЫБОРЕ МАРКИ ПРИ ПОКУПКЕ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН*

*при использовании офсетных пластин с термальным чувствительным слоем Lastra LT-2 предоставляется расширенное гарантийное обслуживание до 36 месяцев.

APOSTROF SCREEN
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



ПУТИ СО-ОБЩЕНИЯ

Вот и состоялась учредительная конференция, которая создала московскую ассоциацию коммерческих типографий. Собрались, по нашим оценкам, владельцы 100–150 московских и не только типографий. Правда, неотносящаяся к созданию Союза первая часть несколько затянулась, поэтому занятым людям пришлось посидеть два часа в барах, благо, что их в «Центре предпринимательства» достаточно. Полиграфистов там надолго теперь запомнят.

Организаторы мероприятия провели большую работу и по подготовке конференции, и по привлечению участников. Жаль, конечно, что в связи с задержками к началу решающей стадии мероприятия — голосованию — осталось всего около 50 руководителей типографий. Но, надеемся, большинство тех, кто уехал, просто не планировали задерживаться настолько долго. Тем не менее, это тоже успех.

Чем все закончилось? Выбрано название организации — «Московский Полиграфический Союз» (МПС). Утвержден устав и избрано правление Союза. В него вошли 13 представителей типографий. Президентом Союза по предложению Правления был избран А. И. Альябьев.

Александр Иванович руководит одним из крупнейших предприятий отрасли — тульским издательско-полиграфическим объединением «Лев Толстой». Типография активно работает и на московском рынке, как напрямую с заказчиками, так и через нескольких дилеров. Мы с очень большим уважением относимся к этому человеку, его опыт и квалификация в вопросах организации полиграфического производства, возможно, уникальны для нашей страны. Положен конец спорам о том, кто должен стать Президентом — владелец полиграфического бизнеса или тот, кто собственного бизнеса не имеет.

Оставшиеся двенадцать владельцев и руководителей московских полиграфических предприятий, избранные в правление Союза, согласились взвалить на свои плечи дополнительную общественную нагрузку по работе в комитетах, которые будут созданы в ближайшее время.

Ну вот, надо всех нас поздравить с тем, что событие, о котором так долго твердили, свершилось. Пожелаем успехов избранным Президенту и Правлению. Пора начинать работать, дамы и господа. Искать пути и организовывать со-общение в полиграфическом сообществе. А мы уж информационно поддержим вашу деятельность.

В состав Правления МПС вошли:
А. И. Алябьев («Лев Толстой»)
С. Тарубаров («Полстар»)
А. Зарецкий («Август Борг»)
А. Слепов («Колев»)
М. Снитенко («Локус Станди»)
О. Сагитова («Домино»)
Е. Политова («Столичный Бизнес»)
М. Аппалонов («Линия График»)
С. Власов («Алмаз Пресс»)
А. Сулейков («Пушкинская Площадь»)
Д. Лаврик («Альфа Дизайн»)
П. Капель («ИРМ 1»)
А. Карпович («Эребус»)

А. И. АЛЯБЬЕВ И ИНИЦИАТОРЫ СОЗДАНИЯ МПС

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
продажа сервис

HEIDELBERG
GLUNZ & JENSEN
POLAR
wohlenberg
stahl
BACHER
THIEMER
TECHKON
BEIL

InitPress
(095) 745-0509, 257-3449 www.initpress.ru init@ekonomika.ru

ПРЕМЬЕРА HAMADA B552H

В самарской типографии «Базис» специалистами группы «Нисса» запущена первая в России пятикрасочная листовая офсетная печатная машина Hamada B552H. Сотрудничество «Базис» и «Нисса» длится уже шесть лет. Первой машиной стала HAMADA C-252E-SF, затем последовала модель A-252, а в мае 2001 г. — четырехкрасочная B-452A. По словам директора типографии А. В. Допкина, все машины эксплуатируются в интенсивном режиме. «Базис» выпускает разнообразную печатную продукцию. Обучение персонала типографии работе на новой машине заняло всего два дня — ведь техника Hamada хорошо знакома специалистам типографии.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ОТ SCREEN

Компания Screen анонсировала новый многофункциональный мост для вывода экспонированных форм из CTP PlateRite серии 8000. Даже при необходимости применять разные проявочные процессоры для различных типов термальных пластин с использованием нового моста можно создать систему CTP с полной автоматизацией. Мост AT-M8001 совместим с системами CTP Screen B1: PlateRite 8100, 8000II, 8600 и 8800. Функция выбора направления транспортировки на AT-M8001 дает возможность экспонировать пластины различных марок с последующей обработкой в соответствующем проявочном процессоре. Для каждой формы оператор может выбрать определенную комбинацию вывода: прямо/направо, направо/налево, прямо/налево. Пользователи систем CTP получают возможность использовать, например, одновременно обычные термальные пластины для CTP и беспроцессные.

Мост Screen AT-M8001 позволяет уменьшить расходы при покупке оборудования. Ведь при выводе вправо или влево от модуля экспонирования пластины подаются в процессор узкой стороной, и можно использовать проявочный процессор меньшей ширины. Кроме того, CTP Screen с мостом AT-M8001 становится идеальным выбором для тех, кто располагает весьма ограниченными площадями для CTP, но желает иметь полную автоматизацию системы, поскольку конфигурация с выводом пластин в сторону от модуля экспонирования не требует для функционирования CTP-системы большого помещения.

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ SPS

Специалисты группы «Нисса» установили в одном из старейших российских полиграфических предприятий тульском ИПО «Лев Толстой» линию с автоматической трафаретной печатной машиной SPS Vitessa Classic G2 форматом 70x100 мм. Линия SPS должна расширить технологические возможности типографии по выполнению заказов с высокоточной выборочной лакировкой и трафаретной печатью на журнальных обложках, постерах и открытках.

А на международной выставке трафаретной и цифровой печати FESPA 2005, можно будет увидеть новое поколение цилиндровых трафаретных машин компании SPS Rehmus — Vitessa Star G2 и CyberPress CP2 при работе в линию с УФ-сушками SPS UV2+C и автоматической стапельной приемкой SPS AutoStack ASR.

SPS Vitessa Star сочетает новейшие стоп-цилиндровые технологии, минимальное время наладки и легкость в работе. Машины этой серии широко используются для печати крупноформатных плакатов, POS-материалов, световых коробов, ценных бумаг, деколей, термотрансферов, банковских карт и другой продукции.

Американские гонки

Аналитическую часть этого номера ГАРТ оказалось лучше всего посвятить североамериканскому рынку. Как мы и предположили в январском номере, после всех приобретений Kodak решил объединить их под одной «крышей», назначив руководителями людей из KPG. Все правильно, для того, чтобы осваивать полиграфический рынок, нужно хорошо понимать, что он из себя на самом деле представляет.

Перестройка, конечно, после этого в Европе произойдет не сразу. Та самая странная система продаж на российском рынке тоже изменится, но когда это произойдет, пока сложно прогнозировать.

Однако жизнь на рынке не заканчивается, глобализация продолжается, и в середине апреля крупнейший мировой производитель растровых процессоров фирма EFI объявила о приобретении одного из лидирующих производителей оборудования для широкоформатной печати — компании VUTEk. Это первый шаг, сделанный EFI в направлении превращения в производителя оборудования. До этого бизнес развивался за счет укрепления позиций на рынке контроллеров для печатающих устройств. Фирма EFI заключала OEM-соглашения со все большим числом производителей принтеров и приобретала тех производителей растровых процессоров, кто посмел «подняться из грязи» и мог в будущем угрожать бизнесу.

Годовой оборот этой компании составил в 2004 г. 394 млн долл., но бизнес по разработке и продаже софта имеет очень высокую норму прибыли. Такую, которая производителям оборудования и не снилась сегодня. Но мы знаем из истории, что гиганты софтверного бизнеса могут оказаться на грани банкротства, допустив всего лишь несколько стратегических ошибок. Не стоит забывать, что EFI приходится еще и оплачивать лицензии на PostScript компании Adobe.

Основным конкурентом EFI являлась фирма Creo, также имевшая доставшееся ей в наследство от Scitex подразделение по разработке растровых процессоров. Правда, этот бизнес у Creo был так себе, но теперь этим займется Kodak, и ситуация может измениться. На самом деле, бизнес EFI очень существенно зависит от объемов продаж оборудования такими гигантами, как Canon и Xerox. Но главными конкурентами были и остаются сами производители принтеров и оборудования для цифровой печати, которых «жаба душит» отчислять серьезные деньги за продажи растровых процессоров EFI с их оборудованием. Они пытаются разрабатывать свои, но клиенты уже привыкли к тому, что процессоры EFI не самые плохие.

Опыт работы на этом рынке дает себя знать, и марка вполне узнаваема. Правда, это, видимо, лучшие РИПы для «офисных» применений — напечатать сотню–другую презентаций, но не заморачиваться на высококачественном воспроизведении телесных тонов. Для рынка коммерческой печати, где требования владельцев печатных машин существенно отличаются от офисного, пока у EFI сделать нормальный продукт не получается. Даже несмотря на то, что практически вся «малая цифра» продается с растровыми процессорами этой фирмы.

По поводу нового приобретения надо отметить следующее. Фирма VUTEk производит только «очень широкие» принтеры от 1,5 до 5 м. В разных странах установлено 1400 этих принтеров. При этом около трети оборота VUTEk — продажи чернил для струйной печати. Понятно, что рынок наружной рекламы и POS-материалов будет расти высокими темпами, по крайней мере в нашей стране ситуация будет развиваться именно так. Ясно, что тот производитель, который обеспечит себе подавляющее присутствие на этом рынке, сумеет «снять сливки». Но, с другой стороны, отрыв VUTEk как крупнейшего производителя не так велик. Его поджимают конкуренты. Причем, производство широкоформатных принтеров сегодня — сборка устройств из универсальных компонент. Она уже отлажена на Тайване и в Китае. Так что скоро начнется борьба за каждую сотню долларов, которая будет потрачена на производство устройства. Неизбежно возникнут и вопросы к производителю растрового процессора.

В процессе непрерывных приобретений компания Kodak не заметила, как приобрела сама себя

Первоапрельская шутка одного из американских полиграфических порталов

Простые растровые процессоры сегодня может делать каждый, скачавший GNU Ghostscript (это бесплатный клон растрового процессора PostScript с исходными текстами). Есть уже китайские производители, но факт остается фактом — цены на РИПы пока еще очень высокие, особенно если от него требуются такие умные вещи, как нор-

самые **нефиктивные** 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 трех лет. База данных постоянно обновляется.

специальные **рассылки**

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ **ГАРТ**

DIRECT **EXCLUSIVE**

$0,5*

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

DIRECT **VIP**

$1,5*

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ $150.
СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

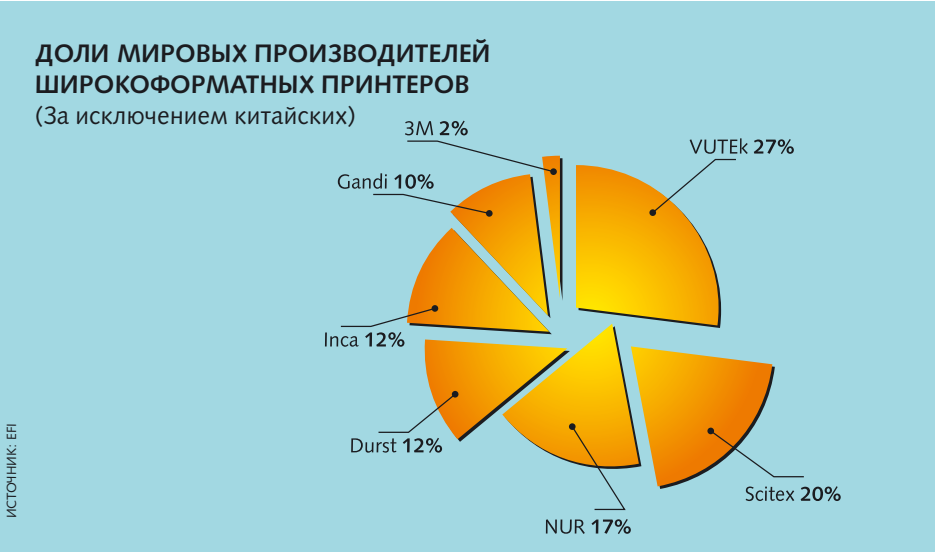
** ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м². ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ

GART DIRECT

Москва,
ул Электрозаводская
дом 37/4 строение 7

Телефон/факс:
(095) 725 6001

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



мальная персонализация и высококачественное воспроизведение цветов.

Интересно то, что фирму EFI создал в 1989 г. основатель компании Scitex Эфи Арази (Efi Arazi). И еще в конце марта 2005 г. фирма Scitex предупредила всех о возможной продаже своего подразделения Scitex Vision, занимающегося системами широкоформатной печати. Где-то так за 230–250 млн долл., правда, доля Scitex в этом предприятии составляла 75,5%. Руководство EFI, если предложение о покупке исходило от него, предпочло приобрести 100% акций VUTEk. За 281 млн долл. Надо отметить, что при годовом обороте VUTEk в 130 млн долл. цена покупки оказывается очень высокой. Можно вспомнить про недавнее приобретение английской фирмы Sericol японской компанией FujiFilm. Сумма сделки составила 231 млн долл. и была меньше годового оборота приобретаемой фирмы, в то время как в состав Sericol входит подразделение Sericol Imaging, которое занимается продажами широкоформатных принтеров Inca.

АМЕРИКАНСКИЙ РЫНОК

Рынок офсетных печатных машин в США развивается сегодня не самыми высокими темпами. Все мы помним, видимо, про события сентября 2001 г., которые положили конец его нормальному развитию. Но информация, любезно предоставленная нашему изданию американской ассоциацией поставщиков полиграфического оборудования (NPES), говорит о том, что с 1998 г., ставшего самым успешным для поставщиков оборудования, объем продаж печатных машин сократился в 2,5 раза. На фоне того, что инвестиции в другие виды оборудования практически вернулись сегодня к цифрам 2001 г. Причем аналитики предполагают, что сокращение объемов продаж будет продолжаться.

Интересно, что объем продаваемых на американском рынке малоформатных офсетных машин (дупликаторов) сокращается пропорционально объему продаж тяжелого «офсета», но не быстрее. А ситуация с системами CTP вообще логическому объяснению не поддается. После существенного роста в 2002 г. объемы продаж этих систем в 2003 г. упали. В 2004 — немного выросли. Интересная ситуация складывается и на рынке расходных материалов. Несмотря на такое странное развитие рынка устройств CTP, продажи фототехнической пленки за последние три года упали в два раза. Скоро этот продукт станет дорогим и нишевым, при таком существенном снижении потребления пленок резко вырастет себестоимость их производства. Что интересно, объемы потребления офсетных пластин (в м^2) будут расти в связи сокращением тиражей и оптимизацией производственных процессов и сокращением времени производства заказов в типографиях. Даже потребление традиционных пластин (в м^2) в США до 2006 г. будет ежегодно расти на 4–6%. С пластинами для CTP ситуация еще лучше. Их рост в 2003 г. составил 30%. Предположительно в течение ближайших нескольких лет он будет не меньше 10%. Кстати, в 2006 г. объем продаж пластин для CTP в четыре раза превысит объем продаж традиционных. С учетом разницы в цене уровень «ситипизации» в США пока еще далек от финского, о котором мы писали в ГАРТ 02-05. Это и немудрено, ведь число небольших офсетных типографий в Америке очень велико, кстати, в них еще достаточно активно применяются полиэстровые формные материалы.

АМЕРИКАНСКИЕ ТИПОГРАФИИ

Полиграфический бизнес в США тоже совсем не так хорош, тем не менее есть типографии, которые с оптимизмом смотрят в будущее. Аналитики же предполагают, что глобализация — основная перспектива для американских полиграфических предприятий. Небольшие типографии будут потихоньку закрываться, а крупные и даже средние — объединяться. У них хотя бы эти процессы формализованы и неоднократно отработаны.

Растровые процессоры сегодня может делать каждый, скачавший GNU Ghostscript (бесплатный клон растрового процессора PostScript с исходными текстами). Есть уже китайские производители, но факт остается фактом — цены на РИПы пока еще очень высокие, особенно если от него требуются такие умные вещи, как нормальная персонализация и/или высококачественное воспроизведение цветов

В апреле американский гигант печатной индустрии R. R. Donnelley приобрел английскую Astron Group за 990 млн долл. Вот это размах. Обе компании являются сервис-провайдерами, то есть обеспечивают практически любому клиенту необходимый сервис. Будь то печать 100 экз. буклета или толстенного каталога объемом 1000 стр. и тиражом несколько миллионов. Издание, допечатная подготовка, Интернет-проекты, распространение, самые разные виды аутсорсинга и пр. — все возможно. У R. R. Donnelley широкая сеть офисов и производств по всему миру, а оборот составил в 2004 г. 7,2 млрд долл.!

для перехода
к цифровой печати

НЕОБХОДИМО И ДОСТАТОЧНО

[aцп]

ассоциация цифровой печати

Москва, ул. Электрозаводская д. 37/4 стр. 7
тел. (095) 725 6001

© 2003 Letterhead Studio

АМЕРИКАНСКИЕ ИНВЕСТОРЫ

Инвестиционная, если судить по ее названию, компания Burton Capital Management (BCM) стала широко известна после того, как, будучи миноритарным акционером, попыталась сместить в конце прошлого года руководство крупнейшего производителя термальных систем CTP — Creo. Попытка не удалась, Kodak приобрел Creo, и у Burton появилась возможность сделать инвестиции в следующую «жертву».

Во второй серии BCM и ее партнеры приобрели около 10% акций другой крупной компании. Это еще один сервис-провайдер из области полиграфии — фирма Cenveo (раннее называвшаяся Mail-Well). Владелец BCM Роберт Бэтон в связи с этим предложил назначить себя председателем совета директоров и исполнительным директором Cenveo, чтобы он смог обеспечить интересы акционеров компании, которые на данном этапе обеспечиваются плохо. Сценарий аналогичен варианту с Creo. Текущий председатель совета директоров Cenveo ответила, что, по их мнению, совмещать эти должности в такой компании один человек не должен, поэтому предложение Бэтона неприемлемо. Но в США есть механизмы, с использованием которых миноритарные акционеры могут добиться выполнения своих требований. Поэтому совет директоров Cenveo начал работу над планом по повышению эффективности работы компании. В отличие от Creo они не стали привлекать для этого другие консалтинговые компании. Видимо, потому что их и так консультирует Rothschild Inc (Ротшильд Инк). Кроме того, были предприняты меры и по предотвращению враждебного поглощения. Акции Cenveo в начале апреля росли, а после приобретения их части BCM они стали расти еще быстрее. К концу апреля они стали претерпевать за день значительные колебания. Началась тусовка брокеров вокруг многообещающего для спекуляций объекта. Кстати, оборот Cenveo составляет 1,7 млрд долл., а в ее составе более 80 полиграфических и других производств на территории США.

АМЕРИКАНСКАЯ ФЕМИДА

Федеральные агенты задержали в США сотрудника печатной фабрики «Гравировального бюро» (Bureau of Engraving), подозреваемого в воровстве государственных средств. Оказалось, что это одна из двух типографий в США, которые печатают доллары. Выяснилось, что задержанный отвечал за точный учет всех производимых фабрикой банкнот. Он потихоньку выносил с фабрики неразрезанные листы 20- и 50-долларовых купюр. За семь лет украл около 700 тыс. долл., и ему грозит теперь до 10 лет тюрьмы. Ничего не сказано о возмещении ущерба. Неужели задержанный не успел порезать и потратить хотя бы часть денег? Интересно, что фабрика производит ежедневно 18 млн банкнот общим номиналом 169 млн долл. По российским меркам не так много, типографии придется месяц работать для того, чтобы напечатать доллары, которые есть на руках у нашего населения. Теперь на фабрике работает комиссия, которая должна выяснить, как задержанному удалось преодолеть все системы контроля, ведь, видимо, это должна быть самая защищенная на свете типография.

Еще трое работников околополиграфической сферы — менеджер по закупкам печатной продукции одного казино, такой же менеджер одной ассоциации и владелец рекламного агентства — подозреваются в организации «откатных» схем и зарабатывании денег нечестным путем. За счет завышения цен на печатную продукцию менеджер казино, разместив через агентство за четыре года заказы на сумму около 850 тыс. долл. получила откатов на сумму более 250 тыс. долл. Человек из ассоциации разместил «всего» на 300 и получил немногим более 20 тыс. долл.

Теперь самое интересное — за эти проступки все трое должны вернуть незаконно нажитые деньги, после этого им грозит до 25 лет тюрьмы и/или штрафы в размере 250 тыс. долл. Сколько денег должен возвращать хозяин агентства, покажет дополнительная проверка его расходов по заказам этих двух клиентов.

Вот так, у государства красть там, видимо, намного безопаснее, чем обманывать коммерческие структуры, даже «ненамного».

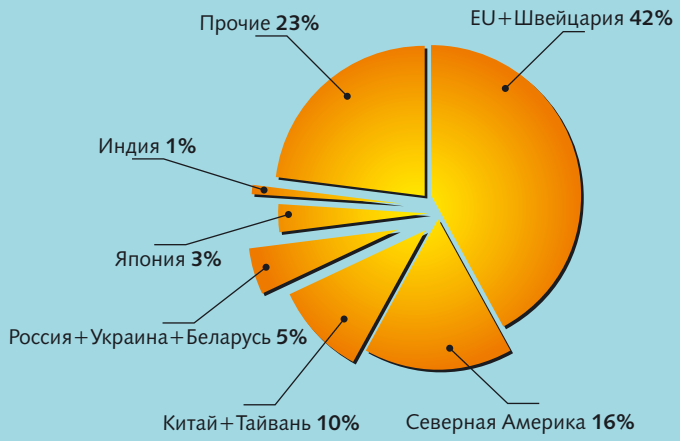
Кто производит больше всего печатных машин? Конечно, немцы. Посмотрим на статистику по экспорту печатных машин из Германии. Суммарный экспорт в Россию, Украину и Беларусь соответствует пятому месту в рейтинге. К нам завезено всего в два раза меньше печатного оборудования, чем в Китай

НАШ РЫНОК

Американские, как, видимо, и все остальные, производители полиграфического оборудования и материалов все больше внимания уделяют рынкам Китая и Индии. По оценкам NPES, в бли-

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКСПОРТА НЕМЕЦКИХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ 2004 г.

Общий объем экспорта 2,15 млрд евро



ИСТОЧНИК: NPES

ИЗДАТЕЛЬСТВО

КУРСИВ

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

ОТКРОЙТЕ ИСТОЧНИК

КУРСИВ

Журнал о новых полиграфических технологиях

ФЛЕКСО Плюс FLEXO Plus

Журнал о флексографии и специальных видах печати

ПАКЕТ

Журнал для тех, кто заказывает или производит упаковку

ГАРТ

Журнал о полиграфии. Новости, интервью, обзоры, аналитика

ГАРТ digital

Журнал о цифровых технологиях в полиграфии и издательском деле

ФОРМАТ

Журнал для заказчиков полиграфической продукции

ФОРМАТ

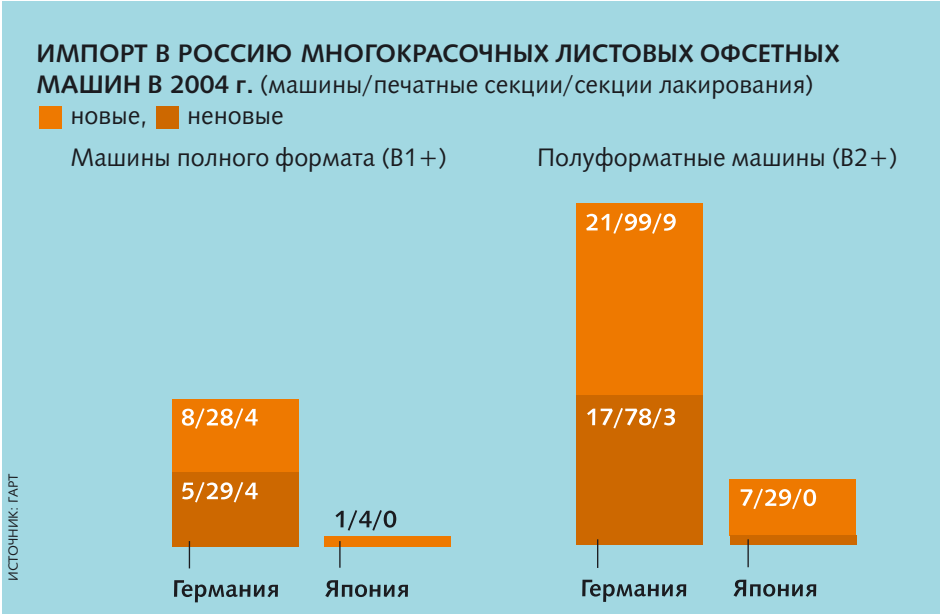
Журнал «Формат» — новое явление в области полиграфии, не имеющее аналогов среди периодических изданий. Каждый номер журнала — своеобразное практическое пособие для заказчиков печатной продукции. Какую технологию предпочесть? Что необходимо знать, прежде чем разместить заказ на наиболее выгодных условиях? 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.

жайшие годы они будут развиваться наиболее быстро.

Нам, кстати, также благодаря NPES, удалось ознакомиться с отчетом Eumaprint по импорту и экспорту полиграфического оборудования отдельными странами в первой половине 2004 г. Некоторые цифры показались нам вполне достойными того, чтобы познакомить с ними и наших читателей.

Кто производит больше всего печатных машин? Конечно, немцы. Посмотрим на статистику по экспорту печатных машин из Германии. Суммарный экспорт в Россию, Украину и Беларусь соответствует пятому месту в рейтинге. К нам завезено всего в два раза меньше печатного оборудования, чем в Китай. Можно сказать, что рынок-то у нас совсем не последний. А есть еще и производители оборудования из других стран. Объяснение ведущих позиций, видимо, очень простое. В первом полугодии в Россию была доставлена большая часть рулонных машин для типографий «Экстра-М» и «Первый полиграфический комбинат». Они составили очень существенную долю в импорте в Россию печатного оборудования.

Мы решили проанализировать данные российской таможни. Это процесс очень непростой, поэтому необходимо сразу пояснить, что мы считали только многокрасочные листовые офсетные машины — полуформатные (72x52 см и больше), а также машины формата 72x102 и больше. В статистику попали машины весом более 16 т брутто. Анализировалась только группа 8443, и мы включали в статистику те товары, для которых было указано конкретно, что это печатная машина. Возможно, данная статистика может показаться кому-то односторонней, но мы замечаем в последнее время, что таможенные брокеры все чаще начинают оформлять и оборудование, и материалы по правильным кодам. Единственное, что они делают — занижают стоимость товара. Тем не менее, даже при всех занижениях цен объем импорта по коду 8443 в 2004 г. превысил 200 млн долл. Надо сказать, что очень много самого разного печатного оборудования поставляется в нашу страну из государств Юго-Восточной Азии. Но самое главное, что среди печатных машин большая доля принадлежит завозимым крупнейшими мировыми производителями для своих российских предприятий чаще всего неновым как листовым офсетным, так и самым разным рулонным машинам.



НАШИ ОСОБЕННОСТИ

В апреле появилась очень странная новость. В соответствии с постановлением российского правительства №208 «устанавливается нулевая таможенная пошлина на машины для офсетной печати (код ТН ВЭД России 8443 19 390 0) сроком на 9 месяцев». До этого ставка составляла 5%. Думаете, кто-то помог полиграфистам или поставщикам оборудования? Удивительно, на первый взгляд, ведь, чтобы пролоббировать такое решение, нужно потратить достаточно большое количество денег. Есть одна странность в этой новости. Указанный код соответствует «машинам для офсетной печати с листовой подачей, новым, рассчитанным на листы более 74x107 см». В 2004 г. по этому коду проехало всего три машины.

Но если вернуться немного назад, на пару лет, когда была отменена таможенная пошлина на рулонный картон, то все становится яснее. Пролоббировали тогда это решение производители сигарет, а совсем не наше министерство или ассоциация полиграфистов.

Так кто же теперь? Видимо, кто-то, кому необходима металлическая тара. Потому что именно для ее производства и используются как раз специализированные офсетные машины большого формата. У производителей пива и слабоалкогольных напитков вроде бы все проблемы решены. Два производства в России (с долями 50 и 40% рынка) и одно на Украине (10%) полностью обеспечивают их потребности. Да и печатаются заготовки для пивных банок на рулонных машинах. Правда, на импортном алюминии. Но возить рулоны алюминия все равно дешевле, чем готовые пивные банки.

Есть еще консервные банки. Для них используется более толстый металл и, насколько нам известно, листовая печать. Это достаточно большой рынок, и достаточно много готовых банок производители пищевых продуктов продолжают импортировать. Но, например, если для кофе Nescafe готовые банки еще год назад импортировались, то с начала этого года филиал Crown, одного из ведущих мировых производителей упаковки и основного партнера Nestle, стал импортировать большие (для 50-граммовых банок размером 85,7x92,4 см) предварительно запечатанные листы жести из Греции, резать их на заготовки и собирать банки на своем производстве во всем известном упаковочном городе Тимашевске. Создать такое производство, видимо, совсем не так просто, ведь для него требуется намного более тяжелое «послепечатное» оборудование. Завезены неновые машины были из разных стран, где Crown либо закрывал производство, либо обновлял технологическое оборудование. По всей видимости, «прямоугольные листы жести, покрытые оловом» придется, как и алюминий для пивных банок, импортировать, но логичным шагом для Crown может стать дополнение «послепечатного» производства печатью по жести, но нам об этом пока ничего не известно. Возможно, на рынок выходит другой западный производитель упаковки. Или несколько компаний решили объединить усилия. Но ради ввоза одной–двух машин лоббировать целое постановление правительства, видимо, не было смысла. Кто это был, мы узнаем не позже, чем через девять месяцев.

> Цветовое решение
без компромиссов!

Прямые поставки с заводов Adast, Mitsubishi

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

125190 Россия, Москва, Ленинградский проспект, 80, корп. 20
Тел .: (095) 780 54 50, (095) 780 54 51 • Факс: (095) 780 54 52 • e-mail: printsys@printsys.ru

Quickmaster DI Pro – открытие новых возможностей

Сочетание великолепного качества печати, высокой степени автоматизации, простоты эксплуатации, а также гибкости в отношении смены заказов и запечатываемых материалов обеспечивают новую интенсивную многогранность применения печатной машины Quickmaster DI Pro. Это преимущества, от которых выигрываете вы и ваши клиенты.

Гейдельберг СНГ 127550, Москва, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 775 80 20, факс: (095) 775 80 22
E-mail: Moscow.HD-CIS@heidelberg.com
www.heidelberg.ru

HEIDELBERG