

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 4 (70) ■ 2006

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
БИЗНЕС

с. 18



В НОМЕРЕ:

ТОЛКОВАНИЕ СНОВИДЕНИЙ	3
ПЕРВЫЙ КАМЕНЬ НОВОГО ЗАВОДА	13
РАЗГОВОР С ВЛАСТЬЮ	15
О ПОЛЬЗЕ НАВЫКОВ ИГРЫ В ДАРТС	16
НАЦИОНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС	18
ДВЕ ИТАЛЬЯНСКИЕ ВЫСТАВКИ	22

Из всего надо извлекать пользу, даже из дурных снов. Думаю, мой сон применительно к бизнесу можно растолковать как ограничение свободы выбора

А. Романов (с. 3)

Побольше бы руководителей читало полезные книжки, всем бы стало лучше

Е. Бутман (с. 5)

Мы искали неную печатную машину, а нашли целую типографию с хорошим набором послепечатного оборудования

А. Решетняк (с. 8)



Евгений БУТМАН
Холдинг ECS
Президент

ГАРТ: Евгений, видимо, теперь Вас можно именовать «главным ньюсмейкером» нашей небольшой полиграфической отрасли?

Е. Б.: Ну, не очень часто, но раз в год у нас случаются интересные события.

ГАРТ: Теперь еще и «Вариант»?

Е. Б.: Да, в апреле компания «Вариант» вошла в состав холдинга ECS. В сделке фигурировали фирмы «Вариант-офсет», «Вариант-флексо» и «Варио-сервис».

ГАРТ: Кажется, в последнее время «Вариант» не был активным игроком на полиграфическом рынке.

Е. Б.: Вы говорите о рынке офсетной печати. А вот с продажами флексографских машин, особенно Mark Andy, у этой компании все было в порядке. Впрочем, и в офсете у «Варианта» была своя ниша.

(Продолжение на с. 4)



Алексей РЕШЕТНЯК
«Инсайт»
Генеральный директор

ГАРТ: Алексей, этот номер — про бизнес. Как Вы считаете, он есть в российской полиграфии?

А. Р.: Он, безусловно, был — некоторое время назад. А как на данном этапе развития нашего рынка можно покупать новые печатные машины — мне не понятно.

Может, конечно, одни мы не умеем работать и продавать, но нам бы новую машину нормально окупить не удалось. Возможно, если бы у меня был свой ненужный миллион долларов... Но его нет.

ГАРТ: Может, все дело в оптимизации производства и сокращении издержек?

А. Р.: Есть у нас система управления, есть программа, которая позволяет мне даже из дома контролировать ситуацию на производстве.

(Продолжение на с. 8)

Galerie Art

47 x 62

47 x 65

64 x 90

62 x 94

70 x 100

72 x 104

БУМАГА,
способная передавать
ИСКУССТВО

Комус
П С Б К

Москва,
ул. Маленковская, 32, стр. 3
тел: (495) 729-54-64

Санкт-Петербург	(812) 325-51-21	Самара	(8462) 70-75-10
Екатеринбург	(343) 377-73-93	Саратов	(8452) 45-60-45
Новосибирск	(3832) 27-66-84	Омск	(3812) 51-27-83
Нижний Новгород	(8312) 69-37-28	Уфа	(3472) 38-37-52
Казань	(8432) 18-56-50		

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

Ведущий редактор: Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:

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

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

Телефон/факс: (495) 725 6001, 950 5324

Подписано в печать: 27.05.2006

Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553

Заказ № 1425

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.

**ТОЛКОВАНИЕ СНОВИДЕНИЙ**

Достало! Опять приснился сон о том, что я заблудился в метро. Приехал на станцию, которой не существует. Переходы, переходы, а вверх выхода нет. Есть что-то похожее на выход, но охраняющий его человек в форме говорит, что мне туда нельзя. Обычные мраморные вестибюли, проезжающие мимо поезда, которые следуют куда-то, но совсем не туда, куда мне нужно.

Причем все «давит» сверху, и мне надо в свои Сокольники, а нахожусь я, судя по совершенно «левой» схеме на стене, где-то в районе Очаково, просто потому, что неправильную пересадку сделал. Именно Очаково — тоже странная ассоциация. Возможно, там тоже сделают со временем какое-нибудь метро. И это не депо, а именно станция с несколькими перронами и сложной инфраструктурой.

Странно, что такие одинаковые сны достаточно часты, несмотря на то, что в метро я езжу всего два-три раза в месяц. Причем я знаю, что это сон и такой станции нет. Пытаюсь проснуться, но та часть организма, которая управляет сном, несмотря на команды мне этого сделать не дает. А в отличие от одного из интервьюируемых этого номера, у меня есть, видимо, что-то типа клаустрофобии в легкой форме. Нет, в метро я ездить могу, но если засунуть меня в какую-нибудь пещеру, то за последствия не ручаюсь.

«У них» в этом случае модно обращаться к психоаналитику. Там вообще другой мир. Есть «дешевые» деньги и нет нефти. Государства заботятся о том, чтобы бизнес на их территории развивался. А у нас не только сны, у нас жизнь такая: человек в форме в конце концов за деньги, конечно, разрешит пройти, но придется шарaxаться по технологическим коридорам и выйти в конце концов на поверхность в такой «заочаковской» глуши, где тачку придется ловить за двойной тариф из Шереметьево. Ну и ладно. В том-то и сила российского бизнеса, что, несмотря на все препятствия, все как-то приспособо-

бились передвигаться в нужном направлении.

Из всего надо извлекать пользу, даже из дурных снов. Думаю, мой сон применительно к бизнесу можно растолковать как ограничение свободы выбора. Нужно, видимо, меньше Forbes на ночь читать. Среди ста самых богатых персон, которые Россию пока окончательно не покинули — люди, имеющие непосредственное отношение к нефти, газу, железу, цветным и редкоземельным металлам. Во всех случаях — просто те, кто умеет или умел общаться с властью. В качестве исключения — сети магазинов, хотя без поддержки властей они все равно ничего не смогли бы сделать.

А появление там кого-то из полиграфии даже во сне трудно себе вообразить. Так что внимательнее выбирайте маршруты и станции пересадок. И еще: приятных вам сновидений...

Андрей Романов,
главный редактор

P. S.: А прикольно смотрится перевернутое изображение на обложке :-)

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ:

ГАРТ № 5–2006:
ИЗДАТЕЛЬСТВО

ГАРТ № 6–2006:
УПАКОВКА

ГАРТ № 7–2006:
РЕГИОНАЛЬНАЯ
ПОЛИГРАФИЯ

ГАРТ № 8–2006:
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ



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



Бумага мелованная матовая
Galerie Art silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Евгений БУТМАН
(Продолжение. Начало на с. 1)

ГАРТ: У Mark Andy на российском рынке есть два очень серьезных конкурента — поставщики узкорулонных машин Nilpeter и Gallus.

Е. Б.: Собственно, российский рынок на 70–80% и делят эти три компании. При этом более трети продаваемых у нас в стране узкорулонных машин принадлежит Mark Andy. В этом секторе «Вариант» является абсолютным лидером.

Надо напомнить, что у «Варианта» соглашения не только с этой компанией. Есть и другие торговые марки: Comco и Labelmen. Есть также соглашение с Fischer&Krecke, производителем широкорулонных машин. Очень хорошая и сбалансированная линейка.

При детальном ознакомлении нам было приятно убедиться, что бизнес у «Варианта» достаточно большой: много текущих контрактов и потенциальных сделок, к тому же хороший коллектив, включая знакомых людей, которые раньше работали у нас. Но, конечно, планируется и расширение штата. Руководить фирмой теперь будет Ирина Иоаннесян.

ГАРТ: Есть мнение, что для такой компании, как, например, Fischer&Krecke экономически более выгодно открыть в России представительство, чем сотрудничать с дилером. Потенциальных клиентов на такие машины можно по пальцам пересчитать. Офис с руководителем и двумя «девочками на телефоне» обойдется намного дешевле работы через дилера.

Е. Б.: Не согласен. Во-первых, потому, что нужно еще обеспечивать сервис.

Производители упаковки часто выбирают поставщика именно по этому критерию, а затраты на организацию системы сервиса в России для представительства могут оказаться существенными. Ведь сервис не может быть недостаточным. Во-вторых, у разных фирм-произ-

Я считаю, что процессы специализации и универсализации существуют параллельно. Очевидно, руководители крупных предприятий заботятся о развитии гораздо серьезнее, чем раньше. У них возникают разные идеи на этот счет, а у нашей группы есть что предложить таким покупателям

водителей разная региональная политика. Fischer&Krecke, например, работает, используя местные компании. Кроме того, в группе компаний ECS есть поставщик красок для печати упаковки, и мы хорошо знаем потенциальных покупателей широкорулонных машин.

Если отвлечься от упаковки, то нам очень интересен бизнес поставки нено-

вых офсетных печатных машин, совместный с услугами по сервису — то, чем занимается «Варио-Сервис». А продуктовая линейка послепечатного оборудования «Вариант-офсет» отлично дополняет имеющуюся у нас.

ГАРТ: Евгений, Вы полагаете, что российский рынок полиграфического оборудования будет расти?

Е. Б.: Думаю да. Посмотрим на недавнюю историю — 5–7 лет назад. На рынке работали две группы типографий: небольшие частные и крупные государственные, которые не слишком активно занимались тем, что им досталось по наследству. Эти два сектора почти не пересекались. Теперь частные типографии уже вполне окрепли, а государственные, в свою очередь, становятся частными.

Большие полиграфические предприятия начинают развивать другие направления, в том числе — производство упаковки. За прошедшие годы типографии набрали себе множество самого разнообразного оборудования, и теперь не могут его эффективно использовать. Большая часть машин уже не соответствует потребностям производств. Этот парк необходимо обновлять и приводить в соответствие с текущими потребностями бизнеса. Именно поэтому мы стараемся иметь полноценное предложение по всем видам оборудования, включая машины для печати этикетки и упаковки.

ГАРТ: Но этап, когда крупные типографии стремились к универсализации и предложению более широкого спектра услуг, видимо, прошел. Рынок стабилизировался, и сегодня специализированные предприятия находятся в более выгодном положении.

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:

Е. Б.: Не согласен. Я считаю, что процессы специализации и универсализации существуют параллельно. Очевидно, руководители крупных предприятий заботятся о развитии гораздо серьезнее, чем раньше. У них возникают разные идеи на этот счет, а у нашей группы есть что предложить таким покупателям.

Если взглянуть на расклад сил, то, на мой взгляд, на рынке сегодня всего два универсальных поставщика оборудования и материалов. Это Heidelberg и наша группа. Есть еще два-три крупных специализированных поставщика.

ГАРТ: Интересно, что, например, в Англии или Германии такой группы компаний, работающей на полиграфическом рынке, нет.

Е. Б.: Нет. Но я бы не стал рассматривать в этом контексте крупные страны Западной Европы. Это совсем иные рынки. Там все давно сложилось.

ГАРТ: У Вас получается прямо-таки концепция «супермаркета» в рамках одной группы компаний?

Е. Б.: Концепция «супермаркета» работает на потребительском рынке. Здесь разложен товар, там касса. Покупай, плати, уходи. Мы же работаем в совсем других условиях. Наша концепция построена на максимально широком

предложении технологий, подкрепленном опытом, связями, ресурсами, людьми, сервисом. Она, среди прочего, предусматривает объемные и долгосрочные отношения с заказчиками. И, развиваясь, мы стараемся реализовать весь свой неплохой потенциал.

ГАРТ: Это понятно: в любом учебнике МВА можно прочитать про то, что бизнес надо диверсифицировать, про анализ конкурентной ситуации и методы борьбы с конкурентами.

Е. Б.: Не вижу в этом ничего плохого. Побольше бы руководителей читало полезные книжки, всем бы стало лучше. Мы к этому шли несколько лет, и, если взять всю группу, то сегодня у нас самый широкий выбор оборудования и материалов. Мы не занимаемся разве что поставками бумаги и оборудования для трафаретной печати. Но каждая наша компания является узкоспециализированной, а в сумме мы — универсальная группа. Каждая из компаний в своем сегменте является одним из лидеров, и суммарный объем очень существенный. Мы сейчас — самая большая компания в России. Например, по продажам резальных машин стали в прошлом году крупнейшими. Мы один из двух лидеров и в продажах листовых

печатных машин. Умеем работать и с поставщиками, и с клиентами. Брать на себя обязательства и выполнять их.

Судите сами. Мы начали продавать офсетные пластины Lastra в 1998 г. с нуля. Сегодня являемся поставщиком пластин номер один на российском рынке. Занялись печатными машинами Ryobi, и в течение года (в 2000 г.) получили статус эксклюзивного дистрибутора. Послепечатное оборудование Horizon: было три канала поставок, с 2002 г. у нас эксклюзив, после чего мы ежегодно удваиваем объем продаж. В этом году, надеюсь, тоже удвоим.

Я думаю, среди поставщиков у нас сегодня неплохая репутация. По крайней мере, нам удалось договориться с производителями, работавшими с «Вариантом».

ГАРТ: Евгений, интересно, Ваша группа может теперь просто купить любого поставщика оборудования, отладить в нем бизнес-процессы и все «поедет на автомате»?

Е. Б.: Теоретически — может, но «на автомате» ничего не поедет. Кроме финансовой модели, должны быть отлажены и многие другие компоненты системы: отношения с поставщиками, система продаж, включая региональ-



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

ную, имидж, ключевые сотрудники. Есть еще функция управляющей компании, которая должна заниматься стратегическим развитием.

Мы владеем знаниями о том, что нужно сделать, чтобы все заработало, умеем повышать капитализацию компании, увеличивать прибыльность.

ГАРТ: Но полиграфия как отрасль, на наш взгляд, существенно отличается от продажи, скажем, товаров народного потребления. Здесь очень важны не только процессы, но и персональные отношения с лицами, которые принимают решения в типографиях. Все равно все упирается в людей?

Е. Б.: Люди очень важны, но так же важно и все то, что я уже назвал. Без комплексного подхода современный бизнес невозможен.

Есть организационные процедуры. Если внутренние процессы не налажены, то каким бы гениальным ни был продавец — он сможет закрыть лишь несколько сделок, а после первых серьезных проблем, например, с сервисным обслуживанием, все закончится. Такая компания больше не сможет нормально работать на рынке, вне зависимости от того, насколько хорошо ее менеджер и менеджер полиграфического предприятия лично знают друг друга. Нужна именно система — и продаж, и сервиса. Нужна региональная инфраструктура

продаж. У нас 9 филиалов, и в каждом реализована такая система.

ГАРТ: Процесс сложный, и немаловажный фактор в нем — люди. Или нет?

Е. Б.: Просто каждый филиал должен быть рассчитан на обслуживание определенного числа клиентов. И если он может обслужить пятнадцать клиентов из двухсот, имеющих в регионе, то это напрасно истраченные деньги.

ГАРТ: Но двести клиентов наберется далеко не в каждом регионе.

Е. Б.: Смотря что называть регионом. Речь идет о крупных, в каждом из которых — сотни заказчиков. Мы стараемся добиться того, чтобы продавцы контактировали с каждым из них. Есть, естественно, иерархия среди менеджеров. Есть те, кто «открывает» сделки, потому что до какого-то момента действительно работают личные связи, дружба и все остальное. Но необходимы и другие люди, которые потом будут работать над тем, чтобы эти сделки состоялись. А это уже система продаж и организация бизнес-процессов.

ГАРТ: Ну, и кто следующий войдет в состав холдинга ECS?

Е. Б.: На данном этапе, я думаю, процесс слияний и поглощений на российском рынке завершен. Покупать больше особенно некого. Мы все достаточно скрупулезно проанализировали. Есть крупные компании, которые, на

мой взгляд, самодостаточны и не нуждаются ни в инвестициях, ни в укрупнении. Несомненно, на рынке есть еще интересные компании, но их влияние на расклад сил несущественно.

ГАРТ: Кстати, о рыночных тенденциях: на фоне изменений у поставщиков немецких машин во второй половине прошлого года существенно увеличились поставки японских листовых машин Ryobi и Komori.

Е. Б.: Да, увеличились. Рост поставок японских машин произошел, но не за счет MAN Roland. Секций листовых машин этой фирмы в 2005 г. было продано вдвое больше, чем в 2004. Если говорить только о японских машинах, здесь поставщики невольно помогают друг другу — улучшают репутацию японской техники. А по Ryobi, кстати, произошел прорыв в формате B2.

ГАРТ: Есть еще японские Mitsubishi...

Е. Б.: Присутствие Mitsubishi не очень заметно. Мне кажется, в России выигрывают те компании, для которых наш рынок приоритетен, которые озабочены своей репутацией перед российскими полиграфистами. А у Mitsubishi отношение к российскому рынку пока не очень внятное, причем все 8 лет, что они здесь работают. Посмотрим... Вероятно, что-то должно измениться. Многим японским компаниям, кроме названных лидеров, есть что менять в своей политике в России.

ГАРТ: Евгений, а как Вы оцениваете перспективы продаж новых печатных машин в этом году и как, по-Вашему, будет развиваться рынок?

Е. Б.: Мы запланировали продать не менее 150 секций машин MAN Roland и Ryobi суммарно. Это и новые, и ненювые машины. Для нас это будет хорошим результатом. Как будет развиваться рынок, сказать сложно, год от года отличается. Что касается соотношения новых и ненювых машин... С одной стороны, есть поставщики, предлагающие нормальный сервис, заказчикам легче, чем в прошлые годы, получать новое оборудование в кредит или на условиях лизинга. Рост конкуренции требует машин с высокой автоматизацией. Кстати, рост продаж систем СТР будет тоже способствовать росту продаж новых машин. С другой стороны, проблемы с подбором квалифицированного персонала — печатников и технологов — часто заставляют владельцев предпочесть ненювые машины. Так что, думаю, это соотношение в целом останется неизменным.

ОФИЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

В апреле с. г. компания «Вариант» вошла в состав холдинга ECS.

Таким образом, теперь полиграфическое направление ECS представлено компаниями HGS, «Апостроф-Принт», «Вариант», «Ориентал-принт», «Принтхаус».

«Вариант» занимает прочные позиции на рынке, представляя узкоролонное оборудование ведущих американских производителей Mark Andy, Comco, широкоролонное оборудование Fisher&Krecker, машины высокой печати Labelmen, а также линейку оборудования для производства гибкой упаковки. Имея мощную поддержку крупнейшего на полиграфическом рынке холдинга, руководство «Вариант» ставит целью достичь абсолютного лидерства в сегменте флексографского оборудования, где компания имеет традиционно сильные позиции.

Подразделение «Варио-Сервис», являющееся, по общему признанию одним из лучших предприятий Рос-

сии по обслуживанию полиграфического и флексографского оборудования, используя ресурсы холдинга, получит возможность достичь еще более высокого уровня обслуживания клиентов.

«Вариант» сохраняет полную самостоятельность, здесь работает автономная менеджерская команда во главе с генеральным директором — Ириной Иоаннесян, имеющей опыт успешной реализации нескольких крупных бизнес-проектов, в том числе и в полиграфическом бизнесе.

В целом, вхождение «Варианта» в ECS — шаг, который позволит объединенной группе компаний упрочить позиции на полиграфическом рынке, расширить присутствие во всех ключевых регионах России и странах СНГ. Для клиентов новое положение «Вариант» также обусловило ряд преимуществ — в лице партнера фактически выступает крупнейший полиграфический холдинг, расширяется ассортимент предлагаемого оборудования и услуг.

ПОКОРЕНИЕ ЛЮБЫХ ВЕРШИН

Высококачественный картон Simwhite от компании M-real - это оптимальное решение везде, где нужен визуальный эффект и важна стабильность при производстве упаковки.



Картон Simwhite от компании «M-real» специально создан для улучшения визуальной привлекательности торговой марки. Это универсальный высококачественный картон, который подходит для самых разнообразных применений, графических и упаковочных. Благодаря своим улучшенным поверхностным характеристикам и одинаковой белизне обеих сторон изображения на картоне Simwhite необычайно реалистичны. Стабильное качество картона – залог бесперебойности всех процессов изготовления упаковки. В сочетании с полной технической поддержкой использование картона Simwhite обеспечит продвижение к вершинам качества и эффективности.

Встретимся в Москве на выставке «Росупак» в 19-23 июня, 2006г. у стенда 9, в зале № 3.

Simwhite

m·real

M-real International Ltd, 11-здание 2-5, Тимура Фрунзе, 119021, Москва, Россия Тел. +7 (495) 792 35 00 Факс. +7 (495) 792 35 35 www.m-real.com

Алексей РЕШЕТНЯК

(Продолжение. Начало на с. 1)

Кроме того, существенно больше половины нашего объема составляют прямые заказы по «нормальным» ценам — не по тем, которые хотят получить рекламные агентства. И все равно окупить новую полноформатную шестикрасочную машину с секцией лакирования очень сложно.

Я вчера видел выполненный заказ с маржой 495%. Бланки для представителя одной крупной западной компании. Все бы заказы такие — тогда с продажами новых печатных машин никаких проблем у поставщиков не будет. Даже если бы половина от этого, уже нормально.

Мы используем одну программу, которая позволяет проанализировать эффективность инвестиций, выполняет многокритериальный анализ с учетом всех условий. Здорово! Но российский рынок очень мало предсказуем. При покупке Speedmaster SM 74–4 мы в полтора раза недооценили его среднюю загрузку и в два — среднюю цену заказов. Это только теперь стало понятно. Предположить на три года вперед, как все будет развиваться, невозможно. А самая большая проблема рекламной полиграфии — сезонность. Мы, конечно, стараемся искать клиентов, которые активны летом, но это не всегда дает ожидаемые результаты. Крупная сеть ресторанов, например, предложила нам расплатиться талонами на бесплатное обслуживание.

Правда, надо сказать, что у нас есть одно преимущество: очень хорошая клиентская база.

ГАРТ: Правильно, ведь вы работаете на этом рынке уже более 10 лет!

А. Р.: Точнее, 13. Начиналось все с печати визиток. Мы нашли небольшую типографию с простаивающей малоформатной однокрасочной печатной машиной. Взяли ее в аренду, начали печатать. Потом купили свою однокрасочную машину. Слово «купили», правда, не совсем соответствует действительности. Нам ее дали в кредит. На первый взнос пришлось, конечно, найти деньги, и это была довольно серьезная проблема.

Времена были не очень простые. «Стрелки», «разборки» и все прочее. На зарплату еще одной смене печатников денег не хватало, и трое владельцев типографии по ночам «халтурили» на печатной машине. Все, что днем делали печатники, уходило на выплату зарплат, аренды и т. п. А две-три ночи

в неделю я лично стоял за печатной машиной.

Но потом все изменилось, у нас появился один из крупнейших заказчиков, работающих на рынке телекоммуникаций. Он, кстати, и сейчас работает с нами. Объем стал очень большим, и можно было расслабиться. Потом — кризис 1998 г. Мы его пережили спокойно, хотя уже тогда стало понятно, что нужно что-то менять. Мы несколько потеряли темп. Просто потому, что все было хорошо. А тем временем коммерческие типографии стали приобретать нормальное оборудование..

Российский рынок очень мало предсказуем. Предположить на три года вперед, как все будет развиваться, невозможно. А самая большая проблема рекламной полиграфии — сезонность

Так что теперь просто наворачиваем упущенное и развиваем производство.

В прошлом году пик загрузки у нас случился к ноябрю. А когда у тебя заказчики могут «выстрелить» все сразу, нужно иметь нормальные производственные мощности. Вроде бы, здорово прекратит принимать заказы в ноябре, но постоянные клиенты все равно приходят, и ты вынужден их печатать. Поэтому и необходима была машина полного формата.

ГАРТ: А что у вас было за оборудование на тот момент?

А. Р.: Четырехкрасочные Heidelberg Speedmaster SM 52–4 и SM 74–4 LX, маленькие машинки для печати визиток и бланков плюс двухкрасочный полуформатный Komori Sprint.

ГАРТ: А теперь купили еще и неновый шестикрасочный SM 102–6 с секцией лакирования? Предпочитаете Heidelberg?

А. Р.: Я предпочитаю хорошие машины. Мог бы выбрать и Komori, но так получилось, что мы искали печатную машину, а нашли целую немецкую типографию с нормальным набором полсепечатного оборудования. Достаточно сказать, например, что практически

новый электрокар достался нам за 1 тыс. евро. Новая фальцовка Stahl в топовой конфигурации за несколько тысяч. ВШРА... Резальная машина шириной 136 см с подъемниками, которая режет лучше новой, купленной пару лет назад. Шкафы, стеллажи и пр. Speedmaster — 93 г. выпуска, но в отличном состоянии, с пробегом 73 млн.

ГАРТ: Что-то пробег очень маленький для такого возраста...

А. Р.: Но я уверен, что это честный пробег. Мы сами ездили тестировать машину, познакомились с хозяйкой типографии. Эти люди ничего «скручивать» не стали бы. У них стояла задача продать все и срочно.

ГАРТ: Повезло.

А. Р.: Да, именно повезло.

ГАРТ: А что с опциями автоматизации у печатной машины?

А. Р.: Все нормально, нет только автоматической смывки печатного цилиндра.

ГАРТ: Но переналадка все равно занимает существенно больше времени, чем на новой машине?

А. Р.: На полный формат мы ставим длинные тиражи, несколько тысяч и больше. Ну, уйдет там минут на 20 больше на приладку. Ничего страшного. У нас есть машины, на которых делается 20–25 приладок в смену.

ГАРТ: Кто устанавливал оборудование?

А. Р.: Приглашали двух фрилансеров из Англии. Отделались малой кровью, хотя теперь становится понятно, что англичане сработали несколько небрежно. Хорошо, что у нас есть своя

ВОТ ТЕПЕРЬ
МОЖНО И...
ПООБЩАТЬСЯ!

Новые форумы
на www.kursiv.ru

ГАРТ, digital
КУРСИВ
ПАКЕТ
ФЛЕКСО ПЛЮС
ФОРМАТ
а также: работа, куплю,
продам и пр.

ЖДЕМ
В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ,
**ПОСТАРАЕМСЯ
ВСТРЕТИТЬ
ЛИЧНО!**

служба, которая решает возникающие проблемы.

ГАРТ: Шесть красок не много?

А. Р.: Нет. Вообще-то мы искали пятикрасочную машину с секцией лакирования. Случайно нашли «шестерку», и только теперь поняли, как нам повезло. На московском рынке не так много типографий, куда можно просто прийти и разместить заказ на шестикрасочную печать. А к нам можно. Причем на рынке много заказов именно под шесть красок. Есть, например, банк, у которого в фирменном стиле два цвета Pantone. Агентство, которое с ним работает, кроме шестикрасочных заказов, имеет еще и большой объем обычной продукции, которую мы тоже можем прекрасно печатать. Работ, которые требуют больше четырех красок, реально много.

ГАРТ: Вы же всегда интересовались многокрасочной печатью, одними из первых купили для этого серьезный софт.

А. Р.: Да, занимаемся цветоделиением для себя и на сторону. Продолжаем экспериментировать, раз в неделю печатаем очередной тестовый тираж. При наличии шестикрасочной машины все стало намного проще. При комбиниро-

вании растрованных металлизированных и традиционных красок получаются очень интересные эффекты. Причем мы не зависим от фирм, которые занимаются смешиванием красок и каждый раз делают разный цвет, особенно, если в рецептуру входят металлизированные краски. Типа померить их нельзя, приборы отказывают...

Хочу добавить, что полный формат дает большие преимущества при печати многополосных буклетов длинными тиражами. Кроме того, есть очень выгодные заказы на печать плакатов. Тиражи по 20–25 тыс. Формат В1 и сплошной УФ-лак.

ГАРТ: Лакируете трафаретом?

А. Р.: Нет, нам досталась и машина для сплошного лакирования. Трафаретная линия тоже есть, причем очень большого формата. Правда, мы ее освоили пока не до конца. Лакировать научились, но попробовали печатать, и тут оказалось, что это не самая простая технология. Ничего — освоим. На самом деле, прошло всего несколько месяцев с момента покупки, и часть оборудования еще не установлена. Там есть много полезных вещей.

Причем получилось так, что в начале декабря мы эту типографию, выстав-

ленную на продажу, нашли, срочно заплатили деньги и одновременно начали думать о том, куда все это ставить. Был вариант снять помещение в Москве. Недалеко от Кутузовского проспекта, в Филевской пойме. Хорошо, что не согласились. Там требовалась реконструкция. Мы, как люди, к строительству отношения не имеющие, консультировались с теми, кто подражался это помещение привести в порядок. Нам ответили, что все сделают за 2 месяца. Теперь я понимаю, что мы бы до сих пор ждали, пока процесс закончится.

ГАРТ: И тогда было принято решение перевести производство в Дедовск?

А. Р.: Там новое здание. Его хозяева занимаются строительством и металлообработкой. Владеют еще несколькими гектарами земли рядом. Могут пристроить еще что-нибудь, если нам понадобится. Могут продать, если мы захотим купить. Понятно, что проще все выкупить. Но цена теперь окажется существенно выше из-за того, что оборудование уже здесь, и владельцы это понимают.

Здание строилось под несколько другое производство, но так получилось, что его сдали в аренду нам. Две тысячи квадратных метров, один уро-

СИСТЕМЫ LUXEL CTP КАЧЕСТВО. СКОРОСТЬ. НАДЕЖНОСТЬ.

более
1000
систем
Luxel CTP
в мире



FUJIFILM

FUJIFILM ELECTRONIC IMAGING LTD.

ФОРМАТЫ В1+, В2+

**МНОГОЛАЗЕРНАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ**

**5 ЛЕТ
ГАРАНТИЯ
НА ЛАЗЕРЫ**



**ЯМ Интернешнл –
КРУПНЕЙШИЙ ПОСТАВЩИК
ПЛАСТИН ДЛЯ CTP
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
ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

www.yam.ru

вень. Еще есть офис, участок допечатной подготовки, гостиница. Мы вынуждены обеспечивать сотрудникам возможность временного проживания, питание и все остальное. Именно так и удалось сохранить коллектив при переезде. Потеряли единицы.

Есть, правда, одна проблема с Дедовском: высота потолков производственного помещения — 8 м. И чтобы сделать климатическую систему под полиграфическое производство, необходимо постараться.

ГАРТ: Восемь метров — слишком много. Система будет стоить недешево...

А. Р.: Да, будет. А если мы вдруг опять соберемся переезжать, демонтировать и перевезти ее не удастся. Мы будем ставить промышленные кондиционеры суммарной мощностью около 200 кВт, но кардинально это проблему, конечно, не решит.

Ну, и потом, сам Дедовск — достаточно специ-

фическое место. Когда живешь в Москве, этого не замечаешь. А там просто выйти куда-нибудь поужинать — и тут же все становится понятно. Характерная музыка, в ресторанах отдыхают колоритные люди в спортивных костюмах. Орут, матерятся...

ГАРТ: Как будто ты вернулся на те самые 13 лет назад. Видимо, понадобится серьезная охрана?

А. Р.: Конечно, с настоящими пистолетами.

ГАРТ: Но офис вы планируете оставить в Москве?

А. Р.: Да, офис, дизайнеров, допечатную подготовку. Плюс еще временный склад. А все оборудование переедет в Дедовск.

ГАРТ: И сколько времени занимает путь от офиса до производства в Дедовске?

А. Р.: Час. Логистика нас первое время совершенно выбивала из колеи. Ведь SM 74–5 пока еще работает на старой площадке, в МГУ. Поэтому нужно возить диски с файлами и полуфабри-

каты — в Дедовск, оттуда готовую продукцию — в Москву. Мы только сейчас начинаем понимать, как нужно организовывать все это. Стоимость разгрузки, погрузки, хранения... Даже взяли на работу профессионала-логистика. Он еще и живет в Дедовске.

ГАРТ: Логистика логистикой, но файлы-то можно и по Интернету передавать?

А. Р.: В Дедовске нормального канала ни у кого нет. Но даже если бы и был, то при существующих ценах его использование обусловило бы 60-процентное повышение себестоимости вывода форм. Пусть пока все ездит на дисках в автомобилях. Это не страшно.

ГАРТ: Но как же вы выбрали фиолетовую систему СТР FujiFilm, когда все основные конкуренты купили термальные?

А. Р.: Надо начать с того, что нам было необходимо очень надежное решение. Представьте, мы одновременно переводим производство на новую территорию и покупаем печатную машину полного формата. Нужно было, чтобы по крайней мере с допечаткой никаких проблем не возникало, поэтому к выбору мы отнеслись крайне придирчиво.

Вы не поверите, но все было как в анекдоте. Я приехал в «ЯМ Интернешнл», и мне предложили выбрать из нескольких оттисков с разных систем СТР — и фиолетовых, и термальных. Так сказать, представили товар лицом. Я выбирал. Один отложил сразу, потому что он мне не понравился. Остальные оказались похожими. Потом выяснилось, что тот, который мне не понравился, был именно с FujiFilm. Просто бросалось в глаза, что использованы растровые изображения с недостаточным разрешением. Не preview, но ступеньки и все остальные артефакты, а со шкалами все нормально. Я понимаю, что это проблема не устройства,



Летать на маленьком самолете, в котором ты сидишь рядом с летчиком, который пьет водку, смотрит на карту и ищет реку, чтобы сориентироваться, я готов. Когда участвуешь в процессе — проблем нет

а тех, кто готовил файлы. Они порылись в образцах, нашли правильный, и тогда все стало понятно.

Все системы СТР ведущих производителей одинаковые. Просто поставщики бывают разные. Представь-

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СКЛАД ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВАШЕГО УСПЕХА

ПОЛНЫЙ СПЕКТР РАСХОДНЫХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ:

Офсетные краски, пленки для ламинации, проволока для ВППА, пластины для СТР, химия для обработки, переплетные материалы, офсетные пластины, фототехнические пленки, офсетная резина.

125424, Россия, Москва, Сходненский туннель, д. 20
 Тел.: +7 (495) 221-84-64, 491-22-23, 491-22-88,
 +7 (499) 740-80-96, 740-81-93, 740-84-79
 E-mail: info@sc-poly-mat.ru, http://www.poly-mat.ru

те, один из продавцов термальных систем звонил мне несколько раз в день, даже по ночам. Приходилось от него скрываться. Другой, предлагавший термальную систему фирмы Agfa, пообещал «откат». Мне! Лучше бы дал нормальную скидку.

Правда, «откат» несколько экзотический — не деньгами, а туром на Галапагосские острова. То есть про то, что я люблю нырять, они знали. Но о том, что я боюсь летать самолетами — нет. А я даже в Египет и Англию езжу на автомобиле. Следующий бросок будет во Флориду, повидаться со знакомыми и понырять. Я уже забронировал каюту на Queen Elizabeth II из Англии в Нью-Йорк.

ГАРТ: Странно: такое экстремальное хобби, как спелеодайвинг — и вдруг боязнь самолетов...

А. Р.: Меня пугает ситуация, когда все зависит от какой-то техногенной штуки, которая управляет полетом. Попал как-то в кабину к пилотам пассажирского самолета, а они там все обедают. Спрашиваю, кто управляет самолетом, а мне говорят, что автопилот. И показывают пальцем на обшарпанный ящик. Обращаю их внимание, что крен большой, судя по приборам, а командир экипажа говорит: «Так мы поворачиваем, наверное». — «Кто мы?» — «Ну он, наверное, автопилот».

Нет, летать на маленьком самолете, в котором ты сидишь рядом с летчиком, который пьет водку, смотрит на карту и ищет реку, чтобы сориентироваться, я готов. Когда участвуешь в процессе — проблем нет.

ГАРТ: После такого интервью Вам теперь будут предлагать в качестве «отката» либо собственный самолет, либо яхту!

А. Р.: Ну, пусть попробуют. (Смеется) Кстати, когда разобрались, что «откат» мне не нужен, я спросил: «А чем

же все-таки ваша система лучше?» Получил в ответ два аргумента: Agfa — это бренд, и у них самый лучший в России сервис.

Не будем сейчас про бренды, хотя, Agfa, как бренд, видимо, несколько уступает FujiFilm и Kodak. Кроме того, с «ЯМ Интернешнл» мы работаем уже больше 10 лет. У нас был фотонабор FujiFilm, поэтому я изначально был уверен и в уровне качества системы СТР, и в самом высоком уровне сервиса. Они реально быстро решают все проблемы.

В дополнение оказалось, что лизинг нам не будет стоить практически ничего. Это не автомобиль в лизинг взять. Их лизинговая компания предложила такие условия, при которых удорожание устройства составляет всего 7% в год.

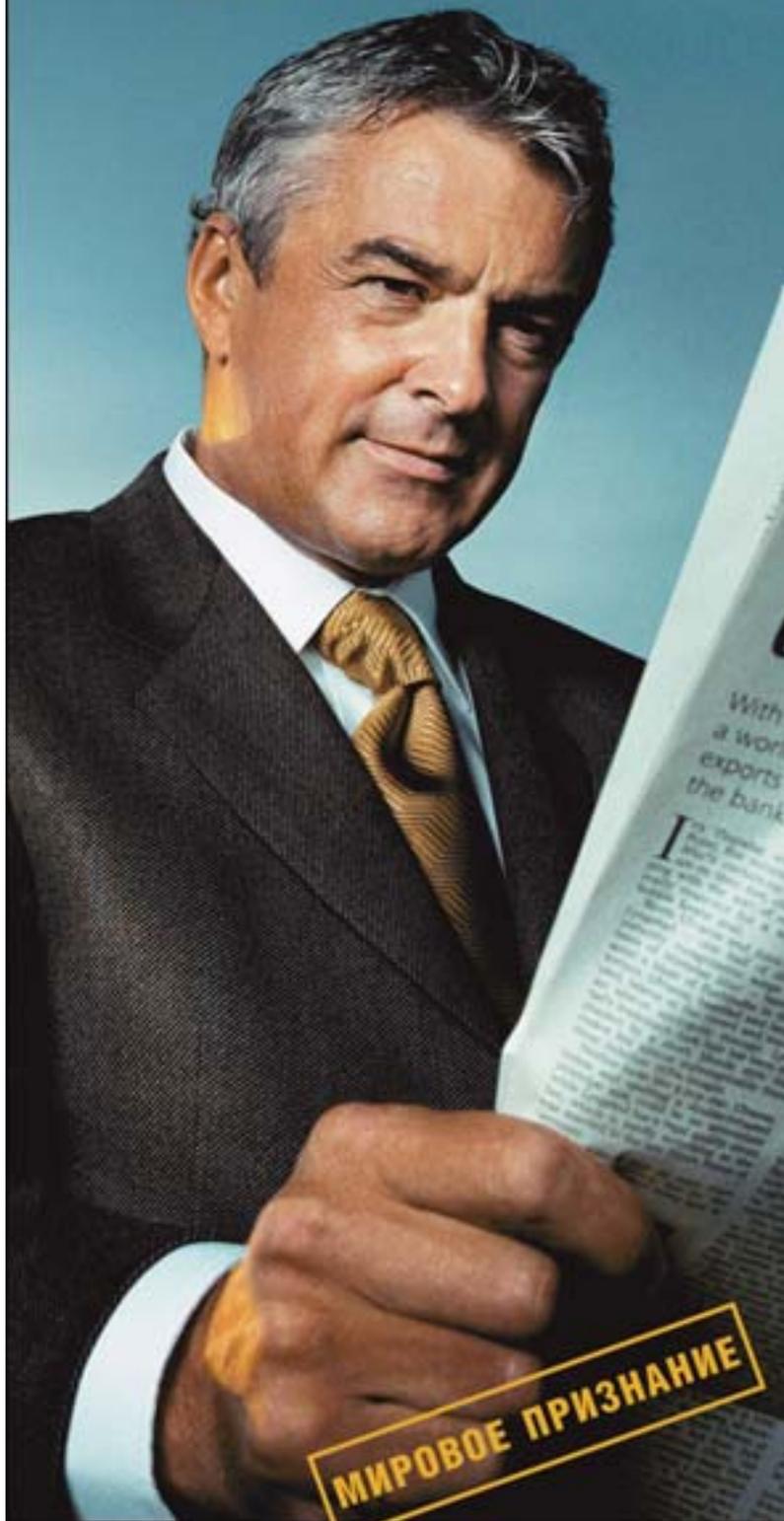
ГАРТ: Вообще, кроме лизинга, есть очень много проблем, которые волнуют руководителей большинства полиграфических предприятий. Интересно, что типографии, по крайней мере московские, стали предпринимать попытки действовать сообща.

А. Р.: Я очень много лет знаком с Ольгой Драгачевой. Мы недавно встречались, она предлагала мне вступить в МПС. Но, я считаю, что московские типографии договориться об общих ценах или об одном уровне зарплат не смогут. Правда, чисто из любопытства мы в ближайшее время вступим в эту организацию. Сама по себе идея-то интересная. Там есть много начинаний...

ГАРТ: Тем не менее, Вы считаете, что договориться все-таки не получится?

А. Р.: Я считаю, что нет. Приведу пример. Мы, в связи с приобретением нового оборудования, разместили объявление о том, что требуются кадры. И к нам пришли на работу специалисты из одной крупной москов-

Каждая третья газета в мире печатается на машине MAN Roland



H.G.S

<http://www.hgs.ru>

MAN

117292 Москва,
ул. Дмитрия Ульянова, 6
Телефон: (495) 737 6270
Тел./факс: (495) 125 2240

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

220034 Беларусь, Минск,
ул. Чалаяна, д. 5
Телефон: (375172) 94 4912
Тел./факс: (375172) 17 0054



Открытый конкурс в области полиграфического искусства «Мэтр полиграфии – 2006»

Вы готовы к признанию успехов? Вас интересует мнение коллег?

14 номинаций конкурса профессионалов полиграфии ожидают лауреатов. Приём заявок на конкурс 2006 г. начался.

Официальный спонсор



Спонсоры конкурса



Спонсоры номинаций



Информационные партнеры



Информационные спонсоры



Организационная поддержка



Работы принимаются до **15 сентября** 2006 года. Подробности на сайте www.metropoligrafii.ru и по телефону **629 44 97**

ской типографии. Может быть, там есть проблемы. Но мы никого не сманивали. Просто у нас люди получают такие зарплаты.

Кстати, и штрафы за ошибки тоже немалые. Тут печатник перепутал форму для черной краски. Печатал блоки для блокнотов 4+1. Поставил черную от «лица» и несколько часов гнал макулатуру. Сушка работала, извел тучу бумаги. Потом решил, что сможет попасть тремя остальными красками в эту черную. И это при том, что на всех многокрасочных машинах стоят компьютеры, на которых просто двойным кликом можно посмотреть PDF-файл того, что должно получиться. Почему-то он посмотрел не сразу.

ГАРТ: Так серьезно: по компьютеру на рабочем месте?

А. Р.: Мы просто купили сканирующие денситометры на каждую многокрасочную машину. Для них нужны компьютеры, а раз они уже есть, то почему бы не сделать еще и просмотр PDF-файлов?

ГАРТ: Но это уже должна быть достаточно продвинутая система управления?

А. Р.: Обычная. Делает ее одна небольшая российская компания. Но я, извините, даже сидя дома в туалете, могу посмотреть, как идут дела в типографии.

Возвращаясь к теме: договариваться с коллегами об общих ценах вообще беспо-

лезно. Если какая-то типография должна выплачивать ежемесячно за очередную печатную машину, она на общие цены согласится, и после этого «демпинганет». Ее можно понять, нужны деньги на выплату кредита, но зачем нам тогда вступать в эту организацию? Нужно, чтобы демпингующие типографии ушли с рынка.

ГАРТ: Интересно, а как дела у ваших постоянных заказчиков?

А. Р.: Многие растут, но есть и те, кто, например, прекращает печатать толстые каталоги для раздачи на выставках. Дают клиентам CD-диск, на котором есть вся информация. Недавно на Красной Пресне проходила крупнейшая телекоммуникационная выставка. Можно сказать, исконно наша. И загрузки хватило на один SM 52.

Сегодня для нас интересными сегментами являются банки, страховые и инвестиционные компании, производители пива, сети супермаркетов. У них много листовой продукции и материалов для оформления мест продаж.

ГАРТ: А рекламные агентства?

А. Р.: Да, мы и с ними работаем. Причем есть серьезные.

ГАРТ: Ну а если вспомнить про ребрендинг МТС?

А. Р.: Мы печатаем. Хорошие заказы, но не может российский рынок зависеть от того, произойдет очередной ребрендинг или нет.

ГАРТ: Интересно, как появляются новые заказчики?

А. Р.: Сами по себе. Так получается. Мы никогда не давали нигде рекламу. В этом году решили поучаствовать в выставке. В первый раз в жизни. Изумились хорошему результату. Многие позвонили, но мы не взяли ни одного заказа — в марте был такой завал с работой от постоянных заказчиков, что просто не смогли...

ЗАЧЕМ САМОЛЕТ, КОГДА ЕСТЬ АВТОМОБИЛЬ





ПЕРВЫЙ КАМЕНЬ НОВОГО ЗАВОДА

Мы постоянно рассказываем о том, что все новые и новые западные производители приходят на российский рынок. Но ведь есть и те, кто пришел очень давно, когда не было ни рынка, ни России как самостоятельного государства. И они — развиваются.

17 мая в районе города Лобня (Московская область) прошла торжественная церемония, посвященная началу строительства нового, третьего завода «Тетра Пак», который станет крупнейшим в России и СНГ производством упаковочного материала для жидких пищевых продуктов.

В церемонии приняли участие министр Внешнеэкономических связей Правительства Московской области Т. А. Караханов, посол Швеции в России Й. Моландер, Глава администрации Лобни С. С. Сокол, исполнительный директор Российского Союза предприятий молочной отрасли В. В. Лабинов, исполнительный директор Российского Союза производителей соков В. Д. Остапец и др.

Президент и генеральный директор ЗАО «Тетра Пак» И. Акимов в своем выступлении отметил, что строительство нового завода обусловлено ростом спроса на асептическую упаковку, и 75% мощностей будет задействованы под эту продукцию.

Т. А. Караханов выразил уверенность, что завод будет способствовать дальнейшему развитию пищевой промышленности Московской области и станет одним из передовых современных предприятий, предоставляющих хорошо оплачиваемые рабочие места.

Церемония проходила прямо на строительной площадке, на небольшом участке, засыпанном щебенкой. Гостям продемонстрировали также символический первый камень, положенный в основу нового завода.

Представители компании «Тетра Пак» сообщили, что общая сумма инвестиций в проект составит 100 млн евро. Проектная мощность завода — 4 млрд единиц упаковки в год. Для справки: в 2005 г. на российских заводах «Тетра Пак» было произведено около 5 млрд картонных упаковок.

З
О
Л
О
Т
А
Я



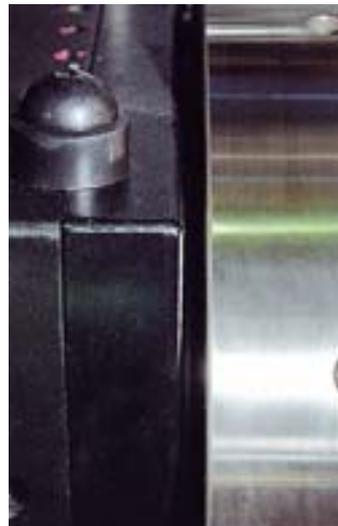
С
Е
Р
Е
Д
И
Н
А

Расходные материалы для полиграфии



МОСКВА
Тел.: (495) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (843) 542-4516
СИБИРЬ
Тел.: (383) 212-0124, 212-012

УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267
ЮГ
Тел.: (863) 262-4102, 223-8279
КАЗАХСТАН
Тел.: (3272) 98-0154, 66-3725



**ЛАЗЕРНОЕ ШОУ?
ПОЧЕМУ БЫ И НЕТ!**

Конкуренция на рынке полиграфического оборудования, видимо, уже настолько высока, что подталкивает поставщиков к поиску новых способов коммуникации с потенциальными клиентами. Из сугубо технических мероприятий презентации или доклады об успехах той или иной компании превращаются в тематические перформансы. К примеру, могли кто-то представить несколько лет назад, что семинар компании «Нисса», посвященный технологиям СТР, будет проводиться в форме лазерного шоу? А впрочем, почему бы и нет...

Шоуменом непривычного по формату мероприятия под названием «Все цвета СТР», которое проходило 27 апреля в конференц-зале гостиницы «Советская» (СПб), выступал М. Кувшинов. В качестве зрителей на нем присутствовали представители ведущих полиграфических фирм Северо-Западного региона России, среди которых были топ-менеджеры и технологи «Полиграфоформление-офсет XXI век», «Новой типографии», «МДМ-печать», «НП-принт» и др.

Семинар был посвящен передовым технологиям СТР. М. Кувшинов поделился своими впечатлениями о новинках Irex, рассказал о линейке, поставляемой фирмой «Нисса Центрм»: термальных СТР Kodak и фиолетовых — производства компании ECRM.

Кроме того, отмечалось, что использование разрабо-

танной Creo технологии Spotless, позволяющей отказаться от использования смесевых красок и подобрать такие значения красок (триадных плюс две по выбору заказчика), которые обеспечат максимально приближенное к оригиналу воспроизведение цветов из Pantone, открывает новые возможности для предприятий, специализирующихся на печати рекламной коммерческой продукции и упаковки.

На семинаре были озвучены некоторые цифры, демонстрирующие положение компании Kodak. Так, по независимым экспертным оценкам, рыночная доля Kodak составляет 36% от числа СТР-устройств для металлических форм. Установив около 10 тыс. СТР, Kodak значительно обгоняет ближайшего конкурента как на мировом, так и на российском рынках.

В России в 2005 г. «Нисса» установила 30 систем СТР. Ожидается, что в 2006 г. их будет установлено около 100, причем, по прогнозам, большую часть составят устройства формата B2.

По окончании докладов, включив полученные в подарок лазерные указки, каждый посетитель «поучаствовал в освоении» Северо-Западного региона оборудованием СТР — на карте «заглись» более 80 лазерных точек — мест, где к 2007 г. будут установлены СТР. Нетрудно догадаться, что финал мероприятия прошел под Show must go on. Интересно, каким будет ответный ход конкурентов?

РЕКОРД ПО ЗАЯВКАМ

Немецкое патентное ведомство (DPMA) за прошедший год получило 200 заявок на патент от Koenig & Bauer AG на технологические разработки. Благодаря этому концерн КБА занял первое место среди немецких производителей печатных машин и 22 место в национальной статистике патентных заявок, недалеко от крупного производителя автомобилей Audi AG, который с 354 заявками занимает одиннадцатое место.

Патентные заявки КБА в 2005 г. относились, в основном, к области разработки рулонных и специальных машин, а также систем QualiTronic и NipTronic.

Система контроля листа «в линию» QualiTronic, которая применяется в различных вариантах на листовых офсетных машинах КБА и машинах для печати ценных бумаг, сканирует отпечатанные листы с помощью высокопроизводительной цветной камеры. Компьютерная система, разработанная КБА, занимается сравнением данных оценки листа с эталонными. Одновременно на пульте управления отображаются возможные места возникновения ошибок.

Новые подшипники КВА NipTronic, разработанные совместно с Bosch Rexroth и производителем подшипников Ina для рулонных печатных машин, впервые в мире

обеспечивают дозированную по силе точную регулировку натиска между формными и офсетными цилиндрами с пульта управления машиной.

В области листового офсета компания КБА предложила самонаклад без вакуумных марок на новой машине среднего формата КБА Рапида 105, технические инновации и усовершенствования в гибридной технологии, в области отделки продукции и печати на сложных материалах, в том числе защитные технологии для упаковки (Brand Protection).

МЭТРОВ СТАНЕТ ЕЩЕ БОЛЬШЕ

Список номинаций конкурса «Мэтр Полиграфии 2006» пополнился. Новая, 15-я номинация «Детское игровое полиграфическое издание» была учреждена по инициативе издательства «Дрофа» (победителя прошлого года в номинации «Детская книга»). В ходе обсуждения инициаторы открытия номинации и оргкомитет конкурса пришли к общему мнению, что наилучшим образом свое мастерство в этой номинации типография может продемонстрировать при создании игровых изданий: настольных игр, развивающих книжек, паззлов и т. п.

В номинации принимают совместные заявки: от полиграфической компании и издательства, принимавшего непосредственное участие в разработке концепции и дизайна. При этом звания «Мэтр Полиграфии» в случае победы будут удостоены обе компании.

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

РАЗГОВОР С ВЛАСТЬЮ

Попытки донести до соответствующих госструктур информацию о том, что существующая ситуация с таможенными пошлинами не только не защищает российских производителей, а, наоборот, делает их практически неконкурентоспособными, предпринимались неоднократно. Но то ли наши государственные структуры настолько инертны, то ли их просто устраивает такое положение дел... Тем не менее, другого выхода, по всей вероятности, все равно не существует, а вода, как известно, камень точит.

Все это к тому, что в штаб-квартире Московского Полиграфического Союза состоялся круглый стол «Перспективы развития полиграфической отрасли на ближайший среднесрочный период». В мероприятии приняли участие представители Министерства культуры и массовых коммуника-

ций, члены Правления МПС и руководители крупнейших полиграфических предприятий Москвы. Обсуждение коснулось основных проблем российской полиграфии: отсутствия отечественного оборудования и расходных материалов для производства высококачественной продукции, а также государственной налоговой политики в сфере импорта, повлекшей за собой отток заказов на рынки Украины, Казахстана, Прибалтики, Китая и Турции.

Статистика свидетельствует, что из-за дополнительных налогов на материалы и оборудование себестоимость заказа у российских типографий в среднем на 8–12% выше, чем у зарубежных. Таким образом, все крупные типографии работают на пороге рентабельности в 3–5%, что исключает реинвестирование и препятствует развитию производства.

Как заметил в ходе обсуждения исполнительный директор типографии «Алмаз-пресс» С. Власов, «существующий налоговый дисбаланс довел ситуацию до абсурда: для того, чтобы воспользоваться предусмотренной законом льготой, издатель обязан пользоваться зарубежной полиграфической базой. Российская полиграфическая отрасль теряет свою конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность».

Произвели ли на представителей власти должное впечатление это и другие высказывания — неизвестно. Тем не менее, в завершение круглого стола советник министра Министерства культуры и массовых коммуникаций В. Климченко сказал следующее: «На государственном уровне существует понимание важности и актуальности затронутых вопросов. Мы приглашаем Московский

Полиграфический Союз к сотрудничеству и совместному участию в разработке стратегии развития полиграфической отрасли».

Оперативным результатом круглого стола стало решение направить министру культуры и массовых коммуникаций предложение о необходимых мерах государственного протекционизма для поддержки отрасли, подписанное членами Правления МПС, представителями региональных отраслевых объединений и партнерами МПС. Кроме того, члены МПС намерены просить министра о создании рабочего органа для разработки стратегии развития полиграфической отрасли России на ближайшие пять лет.

Очередной разговор с властью состоялся. Какие плоды он принесет, пока неизвестно. Так что оптимистам — надеяться, скептикам — сохранять молчание.

Легендарное качество KOMORI, компактность, полноцветная или двухсторонняя печать, готовность для работы с RIP и JDF

Машина имеет увеличенный формат B2 (530 мм x 750 мм) и высокий уровень автоматизации.

SPICA обеспечит быструю подготовку машины к печати, сократит издержки и облегчает работу операторов.

SPICA обладает высокой эффективностью при печати коротких тиражей и отличается низкой стоимостью владения.

SPICA 429P

НОВОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

комплексное предложение «SPICA + материалы»

Новое комплексное предложение «SPICA + материалы» — это синтез надежной и высококачественной техники от корпорации KOMORI и технологической поддержки от компании «ЯМ Интернешнл».

Новая машина от мирового лидера в области печатного оборудования, корпорации KOMORI, обеспечит стабильное производство продукции самого высокого качества.

Компания «ЯМ Интернешнл» предоставит всестороннюю технологическую поддержку, сервис и обеспечит бесплатными расходными материалами.

Комплексное предложение на машину KOMORI SPICA включает в себя технологическую поддержку и бесплатную поставку высококачественных расходных материалов на протяжении 6 месяцев*.

С момента запуска машины Вы будете обеспечены: пластинами, красками, офсетными полотнами, химией и другими необходимыми материалами.

* Дополнительные подробности у менеджеров.

мы предлагаем вам реальную возможность для успешного развития

Узнай подробности специального предложения по тел: (495) 784 3502

KOMORI
Kando: Превосходя ожидания

YAM
YAM INTERNATIONAL

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

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (883) 22 77 007
ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 317) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

www.yam.ru



РЫНОК СИБИРИ

Сибирь сегодня — очень перспективный регион, и многие поставщики это прекрасно понимают. Новосибирское представительство компании «Апостроф» приняло активное участие в выставке «Печатный двор Сибири».

На стенде компании были представлены различные модели оборудования, в том числе 4-красочная Ryobi 524GX. Ежедневно в течение выставки проводились презентации, в ходе которых посетителей знакомили с техникой и демонстрировали ее в работе. Экспонаты стенда привлекли внимание не только обычных посетителей, но и губернатора Новосибирской области В. А. Толоконского. Глава региона посетил стенд, побеседовал с руководством филиала и ознакомился с оборудованием.

SECOND-HAND ПОПУЛЯРЕН

В настоящий момент поставщики и производители оборудования обращают все более пристальное внимание на вторичный рынок машин. В связи с этим, на недавно обновленном сайте «КБА РУС» начал работать новый раздел, касающийся бывшего в употреблении оборудования. В этом разделе можно получить подробную информацию по машинам, исходя из необходимого формата (малый, средний и большой). На сайте представлена информация как по оборудованию, имеющемуся в наличии на складе КБА в Германии или в Голландии, так и по машинам, работающим в настоящее время в типографиях, с указанием срока возможной покупки. В предложенную базу по машинам включено оборудование всех ценовых категорий — от серии Планета до современных Репид. Запрос по заинтересовавшему предложению можно направить непосредственно с сайта или связавшись напрямую с сотрудником «КБА РУС», отвечающим за данное направление.



О ПОЛЬЗЕ НАВЫКОВ ИГРЫ В ДАРТС

Казалось бы, уже относительно давно — в декабре прошлого года — компания «Экстрапак ФБ» в упорной борьбе выиграла чемпионат полиграфистов по дартсу. Но шесть месяцев пролетели незаметно, и пришло время получить выигранный приз — туристическую поездку в Барселону на чемпионат «Формула 1».

Море впечатлений получили от путешествия на незабываемое ралли в мае этого года генеральный директор Александр Бондарь и его заместитель Петр Фаткин. Организаторами поездки выступили компании UPM Raflatac и «Комус ПСБК», которые приглашали гостей в клуб на Покровском бульваре в тот морозный декабрьский вечер. У тех, кому не повезло на прошлом состязании, есть еще время для тренировок, но очередной чемпионат полиграфистов по дартсу — не за горами.

СЕМИНАРЫ ПО ПЕРЕПЛЕТНЫМ МАТЕРИАЛАМ

В конце мая компания «Центральный склад полиграфических материалов» совместно с представителями испанского завода «Гуарро Касас» планирует провести для своих клиентов и дилеров два семинара. Тема первого — «Особенности продаж переплетных материалов Guarro Casas». Участников познакомят с работой завода, расскажут о расходных материалах и ассортименте фирмы. Гости также смогут увидеть готовую продукцию и узнать о технических возможностях материалов. Особое внимание уделяют особенностям реализации товара и типичным путям его сбыта.

Самые активные дилеры смогут принять участие в конкурсе «Лучший продавец года», по итогам которого победителя ожидает награда — поездка в Испанию, на родину материалов Guarro Casas.

На второй семинар под названием «Новые технологические возможности в использовании переплетных материалов» приглашаются руководители типографий, издательств, а также снабженцы и технологи. Здесь обсудят особенности работы с материалами Guarro Casas в условиях российского производства. Представители компании расскажут о многочисленных новых возможностях: офсетной печати на переплете, трафарете, гибких обложках и т. д.

Второй семинар также не обойдется без конкурсов — на «Самое тиражное издание» и «Лучшую дизайнерскую работу» (выполненную с использованием материалов Guarro Casas).

Все подробности о семинарах и конкурсах желающие могут узнать на сайте www.poli-mat.ru.



ЖИВОЕ ТЕЛО

Фотографы, дизайнеры и редакторы гляцевых журналов регулярно сталкиваются с проблемой качественной печати изображений людей. Большая часть проблем в этой области возникает на стадии допечатной подготовки, а результат во многом зависит от профессионализма и компетентности специалиста по цветокоррекции и препресс.

Семинар, посвященный методам подготовки к печати изображений людей, провела в апреле типография «Моби Дик». Его посетили фотографы, дизайнеры, специалисты в области допечатной подготовки, руководители издательств и полиграфических компаний. В теоретическом блоке эксперты делились опытом работы с изображениями с использованием цифровых и аналоговых технологий фотосъемки. Практическая часть состояла из выступлений ретушеров, которые работали над восстановлением файла. Процесс демонстрировался в режиме on-line.

ВЕРТИКАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

JDF пока не интегрирован, но это не помешало «1С» предложить систему для полиграфической отрасли на базе продукта «Управление производственным предприятием 8.0». О начале создания линейки вертикальных решений было объявлено еще в 2004 г. В соответствии с этой программой, разработку отраслевого приложения выполняет один из партнеров компании. Программа для полиграфии разработана специалистами внедренческого центра «Армекс», имеющими пятилетний опыт автоматизации полиграфических предприятий, а также опыт разработки тиражируемых решений на платформе «1С:Предприятие 7.7», которыми пользуется более 150 предприятий отрасли.

«Полиграфия 8.0» была выбрана в качестве корпоративной информационной системы руководством издательской группы «ЕЖЕ», специализирующейся на производстве сувенирной и бумажно-беловой продукции. В настоящее время «ЕЖЕ» — многоуровневая компания с разветвленной структурой, офисом в Москве и филиалом в СПб, а также развитой дилерской сетью в российских регионах и Беларуси. В результате внедрения решены основные задачи компании: учет широкой номенкла-

туры материалов и продукции, калькуляция заказов, позаказный учет при отгрузке и оплате, управление складом и запасами, учет допечатной подготовки изделий. Автоматизировано 10 рабочих мест, в планах руководства увеличить число пользователей до 40 человек.

На следующем этапе предполагается подключить к единой информационной базе всю дилерскую сеть компании, используя для этого WEB-расширение. Таким образом будет обеспечено объединение информационных баз всех структурных подразделений холдинга в единую систему, что сделает возможным формирование консолидированной управленческой и регламентированной отчетности «ЕЖЕ».

**ОТРАСЛЕВОЙ «ОСКАР»**

Кроме церемонии вручения «Оскаров», бывают и другие праздники. Европейская техническая ассоциация флексографской печати (EFTA) объявила победителей своего традиционного ежегодного конкурса на лучшие работы и расходные материалы для флексографского способа печати. Главный приз был вручен компании DS Smith Sacks за работу, отпечатанную с использованием фотополимерных пластин nyloflex компании Flint Group (ранее BASF Printing Systems, являющееся сегодня подразделением Flint Group). Сама группа Flint во второй раз получила главный приз в номинации «Поставщик года», причем не менее половины призовых работ были сделаны с использованием ее красок и пластин.

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВСЬ ГАРТ
АРХИВ**

www.gart.ru

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



ФОТО: СТАТОИЛ

Национальный бизнес

У каждой, даже самой маленькой, страны, есть какие-нибудь специфические национальные богатства: плодородные земли и соответствующий климат, океанские побережья и рыболовецкие флотилии, алмазные жилы, залежи каменного угля, туристические маршруты и народные промыслы, в конце концов. Но, как ни крути, получается, что развитие бизнеса в отдельно взятой стране находится в зависимости от наличия на ее территории нефтяных вышек. В обратной зависимости. Просто потому, что пока у страны есть сырье, она теоретически может оставаться сырьевой. А зачем какой-то малый бизнес, когда и так все хорошо?

Многие аналитики полагают, что пока цена нефти будет высокой, нормальных условий для частного бизнеса в России не будет. Денег и так хватает. Получается, чтобы был бизнес, либо в стране не должно быть нефти, либо в ней должна быть не очень большая численность населения. Как у Жванецкого: «значит, нас должно быть меньше». Говорилось тогда о мясомолочной промышленности. Но годы идут, и ситуация, предоставленная сама себе, развивается как ей заблагорассудится.

Бизнес в России сегодня, можно сказать, только строится. А вот в Европе он уже давно перестраивается. Просто, чтобы стать более эффективным. Однако, как это ни прискорбно, на данном этапе действует закон: чем меньше численность сотрудников, тем эффективнее работает предприятие. В конкуренции выигрывают роботизированные фабрики, на которых работают всего два-три человека в смену. Но, наряду с современными фабриками, в Европе до сих пор остаются и те, которые были построены очень давно.



ФОТО: STORA ENSO

СКАНДИНАВСКИЕ БОГАТСТВА

О том, что в Норвегии есть нефть, стало известно не сразу. Поэтому до определенного момента страна эта оставалась средней с точки зрения развития. Теперь же там все очень даже благополучно. Причем, так как численность ее



жителей небольшая, денег хватает всем. Незащищенных слоев населения там просто нет, да и во всем остальном — практически коммунизм. В смысле, каждому по потребностям. А в качестве дешевой рабочей силы, видимо, привлекаются эмигранты. Похоже, им там тоже неплохо. Между прочим, русскоязычное население Норвегии удваивается каждые 4 года.

А вот Финляндии повезло меньше. Нефти там нет. Зато есть лес, который финны бережно пилят, воспроизводят и вдумчиво перерабатывают, обеспечивая другие страны высококачественной бумагой. Есть там еще и рыба, салями и правильный черный хлеб, но совсем небольшая по численности на-

НЕПРОВЕРЕННЫЕ ДАННЫЕ О ДОБЫЧЕ НЕФТИ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ

(2004 г., тонны)

Кувейт (55,2)

ОАЭ (51,9)

Норвегия (48,6)

Саудовская Аравия (25,7)

Венесуэла (7,1)

Россия (6,9)

Нигерия (1,1)

ИСТОЧНИК: «МЕЖДУНАРОДНОЕ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО»

селения страна находится на шестом месте в мире по производству бумаги. А по экспорту — на втором, уступая только Канаде, в которой тоже есть

**Развитие бизнеса
в отдельно взятой
стране находится
в обратной зависи-
мости от наличия
на ее территории
нефтяных вышек.
Просто пока у страны
есть сырье, она тео-
ретически может
оставаться сырьевой**

очень много лесов и рыбы, но нефти тоже нет. У финнов есть скрытый резерв — соседняя Россия, в которой лесов еще больше, чем в Канаде. Получается очень удобно, и можно с Северной Америкой побороться.

Правда, население небольшое, поэтому рабочая сила — недешевая и

«капризная». А лесопереработка — большая отрасль. Между срубленным деревом и готовым листом высококачественной бумаги пролегает многоэтапный производственный процесс. Что-то уже делается автоматически, но ручные операции пока еще требуются.

Видимо, все помнят, как в середине мая 2005 г. финские производители бумаги закрыли свои фабрики, объявили локаут и два месяца вели переговоры с профсоюзом. Тогда все началось со стихийных забастовок по поводу отмены одного выходного дня. Прошел ровно год, и появилась вероятность того, что ситуация повторится. По крайней мере, предупредительные забастовки на фабриках двух из трех производителей уже прошли. На этот раз работники протестуют против сокращений. А так как сокращения затронут всех крупнейших финских производителей бумаги и под них попадут тысячи сотрудников, то проблема, назревающая сегодня, видимо, существенно более серьезна, чем та, которая стояла год назад.

Какое влияние на нашу полиграфию оказал прошлогодний кризис с мелованной бумагой, до конца никто не понимает. Зато можно назвать, по край-



ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ ИЗ РЫБИНСКА

ПОГ2-84

ДЛЯ ПЕЧАТИ
ПОЛНОЦВЕТНОЙ ГАЗЕТНОЙ
И КНИЖНО-ЖУРНАЛЬНОЙ
ПРОДУКЦИИ

Производство
Модернизация и ремонт
Изготовление запасных частей
Инжиниринговые услуги



ЛИТЭКС

Россия, 152900, Рыбинск, ул. Луговая 7
Тел.: (4855) 26-77-22; 26-32-03; 26-17-08 Факс: (4855) 26-45-47

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. Электрозаводская
д. 37/4 стр. 7

Телефон/факс:
(495) 725 6001

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



ней мере, один положительный момент: большинство российских бумажных оптовиков начали активно работать с производителями мелованной бумаги и картона из Кореи и Китая. Странно, что еще никто не занимается бразильской бумагой, которая, по заверениям наших полиграфистов, в этой стране побывавших, стоит там 500 долл. за тонну. Возможно, бумага, произведенная в Европе, и лучше, но сколько можно бастовать? Конечно, реорганизация бизнеса — очень важная задача, но, может быть, ее можно решать без создания проблем для клиентов?

КИТАЙСКИЕ ВАРИАНТЫ

С Китаем у нас много общего. Конечно, мы неоднократно ругались и мирились, как и положено соседям, но у обеих стран большие территории, многочисленное население, когда-то — государственный строй, местами — менталитет. Все это нас с Китаем как-то «роднит». Однако когда речь заходит о бизнесе, сходство заканчивается. Проблема в том, что в Китае нефти нет. Есть рис, есть дешевая рабочая сила, огромный рынок потребления и развивающаяся при активной помощи государства экономика. Есть, кстати, самые современные бумагоделательные машины, каких нет даже в Европе.

Но те из производителей, которые уже построили свои заводы в Китае, сегодня не очень довольны этим. Экономика-то социалистическая, поэтому прибыль идет в

доход государства. Тем, кто производит продукт, который продается на внутреннем китайском рынке, видимо, совсем плохо. Владельцам предприятий, которые работают на экспорт, чуть легче получить свою прибавочную стоимость.

Правда, возникает другое: китайцы овладевают все более высокими технологиями. Американские аналитические и разведывательные организации уже давно предупреждают о том, что Китай в ближайшее время станет совсем серьезным стратегическим противником США. Если раньше у него только население было большим, то с приходом западных производителей все очень сильно изменяется.

Есть еще одна версия: может, они просто заманивают иностранных инвесторов, чтобы потом все быстро национализировать? Национализация сегодня — вообще модная тема. В свете событий в Африке и Южной Америке. Тоже метод развития производства: сначала привлечь инвестиции — вроде бы, на очень выгодных условиях, а потом сказать, что концепция изменилась.

Интересно, что иностранные инвестиции в экономику Китая существенно больше, чем в российскую. Хотя у нас вроде бы и режим уже не социалистический, и прибить можно, видимо, получать нормальную. Скорее всего, мы просто не хотим их заманивать. Без них спокойнее. Зачем нам иностранные инвесторы? У нас же нефть еще не закончилась.

* 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



НЕМЕЦКИЕ ВЕРСИИ

Мы опубликовали слухи о том, что скоро Heidelberg и MAN Roland будут объединены в одну компанию. Но эта версия, скорее всего, не подтвердится. Проблема в том, что в результате получится слишком крупный игрок на европейском и мировом рынке печатного оборудования. И, после Microsoft, это будет вторая компания, на которую «наедут» антимонопольные органы Европейского Союза. Скорее всего, они просто не разрешат объединение.

Конечно, эти европейские органы управления и лукавят, и предвзято относятся к разным слияниям и поглощениям, но объединенная компания Heidelberg и MAN Roland окажется раз в пять больше ближайшего конкурента. А, если учесть, что у Heidelberg есть еще и доля в Goss, то получится безусловный лидер в производстве и листовых, и рулонных печатных машин.

Такое слияние могло бы существенно изменить весь рынок и у них, и у нас. Только никто не знает, в какую

сторону. Это ведь не извержение вулкана, когда лава течет по проторенным дорожкам, и заранее известно, жителям каких домов необходимо эвакуироваться. Все, что можно сделать в случае финансовых прогнозов (просто чтобы подтвердить состоятельность конкретного выпускника MBA), это представить факты так, чтобы они демонстрировали: прогнозы подтверждаются. Такое возможно. По крайней мере, в первый год. Но что делать потом?

ИСТОРИЯ С ПРОДОЛЖЕНИЕМ?

На пресс-конференции во время Irex главный редактор ГАРТ своими ушами слышал вполне официальное заявление Альбрехта Больца-Шюнеманна о том, что компания КБА не будет приобретать MAN Roland. Видимо, ситуация, которая складывается на сегодняшний день, существенно отлича-

ется от того, что все предлагали два месяца назад. Интересно, что руководитель КБА внезапно изменил свою позицию и в интервью одной из немецких газет заявил, что если MAN Roland или его подразделения будут выставлены на продажу, компания КБА готова рассмотреть предложения о приобретении всего или части бизнеса MAN Roland.

Мы задумались о причинах такого заявления. Делали самые разные предположения. Исходили из того, что у КБА все-таки недостаточно собственных средств на приобретение MAN Roland. Но ровно через неделю выяснилось, что сумма сделки между концерном MAN и Allianz Capital составила «всего» 856 млн евро. Думается, многие компании не отказались бы принять участие в процессе. Будем наблюдать. Истории с продолжением — это всегда интересно.



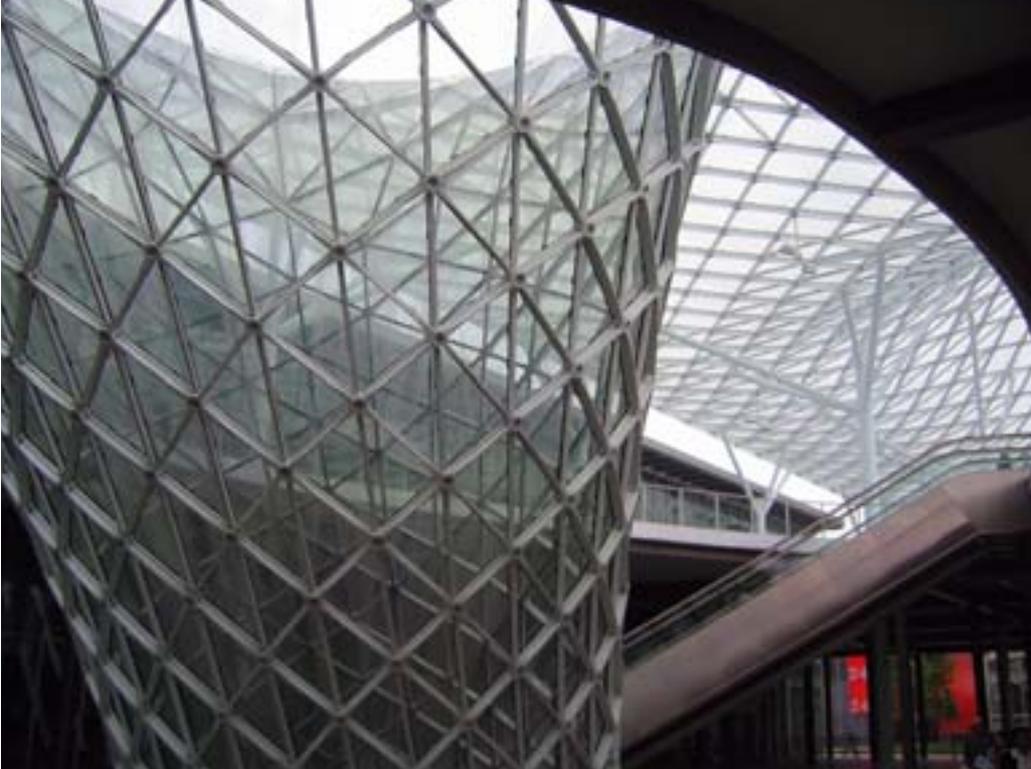
СОВРЕМЕННЫЕ ПЕЧАТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
вариант

ФЛЕКСО • УПАКОВКА • ОФСЕТ • СЕРВИС

ДРУГИХ ВАРИАНТОВ НЕТ

«Первоклассный портфель поставщиков, уникальный коллектив профессионалов — единственно правильное сочетание для успешного бизнеса.»

Ирина Иоаннеся — генеральный директор
компании «ВАРИАНТ»



ДВЕ ИТАЛЬЯНСКИЕ ВЫСТАВКИ

В Италии нефти тоже нет, а вот выставки Grafitalia и Converflex проводятся в Милане каждые три года уже почти 30 лет и собирают экспозиции всех ведущих брендов Европы и мира. Однако, несмотря на популярность и многолюдность, по сравнению с IPEX и тем более drupa они скорее региональные — для Южной и Центральной Европы, Северной Африки и Ближнего Востока. Впрочем, на этот раз была масса посетителей из России, стран СНГ и Восточной Европы.

Выставки впервые проходили в новом, втором по величине европейском выставочном комплексе Rho Pero на окраине Милана. Огромные площади (24 павильона!), прекрасные дороги и ветка метро, футуристическая архитектура с обилием стекла и практически абсолютная функциональность — это отмечали все посетители и экспоненты. Правда, выставки занимали далеко не весь комплекс: Grafitalia расположилась в трех павильонах, а Converflex — в двух. На стендах общей площадью 40,5 тыс. м² выставались более 950 экспонентов из 34 стран (630 на Grafitalia, 320 на Converflex). 40% участников — зарубежные, 60% — итальянские. За пять дней работы выставки посетило более 40 тыс. человек, из них 14% приехало из-за рубежа. Однако и здесь наблюдается некоторый спад: в самом успешном для выставок 2001 г. площадь только Converflex составила 35 тыс. м². Сказывается общий застой экономики в Европе.

Следующие Grafitalia & Converflex состоятся в 2009 г. и пройдут совмест-

но с очень успешными выставками Ipack-Ima (упаковка) и Plast (пластмасы и полимеры).

Что бросается в глаза при посещении последних полиграфических выставок — крупнейшие стенды и самое большое число новинок у таких «неполиграфических» компаний, как Canon, Xerox, HP, Konica Minolta, Ose и т. п. Они потихоньку «отъедают кусок пирога» у традиционных лидеров рынка: Heidelberg, KBA и MAN Roland

GRAFITALIA

Честно говоря, после посещения в апреле британского IPEX выставка особого впечатления не произвела — примерно те же экспонаты, только в меньших объемах. Что бросается в глаза при посещении последних полиграфических выставок — крупнейшие стенды

и самое большое число новинок у таких «неполиграфических» компаний, как Canon, Xerox, HP, Konica Minolta, Ose и т. п. Они потихоньку «отъедают кусок пирога» у традиционных лидеров рынка: Heidelberg, KBA и MAN Roland. Очень много стендов было у производителей оборудования для струйной широкоформатной печати и производства POS-материалов. Все это, опять же, мировые бренды. Итальянских производителей было немало, но они занимали преимущественно небольшие стенды — хотя все с действующим оборудованием, в основном, брошюровочно-переплетным, отделочным и вспомогательным — Италию давно уже вытеснили с рынка печатных машин и допечатного оборудования.

CONVERFLEX

Converflex — выставка оборудования и материалов для производства упаковки и этикеток. Посетить ее стоит хотя бы потому, что именно Италия является крупнейшим мировым центром по производству машин глубокой и флексографской печати и, как считают сами итальянцы, родоначальницей этого типа оборудования. Действительно, только в окрестностях Милана расположено не менее двух десятков заводов, выпускающих разного назначения печатные машины, ламинаторы, бобинорезки и многое другое. По-видимому, Converflex — главная выставка в мире для тех, кого за рубежом называют конвертерами, а у нас — производителями упаковки и этикеток.

Подробный отчет о выставке Converflex читайте в журнале «Флексо Плюс».

flexoplus.ru

**сайт,
посвященный
флексографии.
конференция.**

заходите!

ИЗДАТЕЛЬСТВО КУРСИВ

107140, Москва, д/я «Курсив»
Тел.: (495) 725-60-01
E-mail: kursiv@kursiv.ru
http://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

ГАЛАКТИКА ФЛЕКСО



ФЛЕКСО Плюс
FLEXO Plus

Первый российский журнал о флексографии и специальных видах печати. Затрагивает все аспекты печати упаковки и этикеток, а также других видов «неиздательской» продукции. Самые последние события отрасли и новейшие технологические разработки в области дорпечатных, формных, печатных и отделочных процессов России и за рубежом; подробный анализ новейших зарубежных и отечественных разработок в сфере материалов, оборудования и технологий, их внедрения и первых применений — все это вы найдете на страницах журнала

Ведущий редактор: Александра Куликова
E-mail: flexo-plus@kursiv.ru
Подписка: Екатерина Журавлева



В результате — совершенный оттиск.

Speedmaster CD 102 — это ваш ключ к новому измерению передовых технологий. Современная концепция этой универсальной машины для односторонней печати позволит вам работать более продуктивно и гибко и создаст оптимальные предпосылки для успеха на рынке. Прирост

производительности, достигаемый с помощью машины Speedmaster CD 102, дает вам массу преимуществ, в том числе высокий уровень автоматизации и максимальную экономическую эффективность. Speedmaster CD 102 — машина, разработанная для вашего успеха.