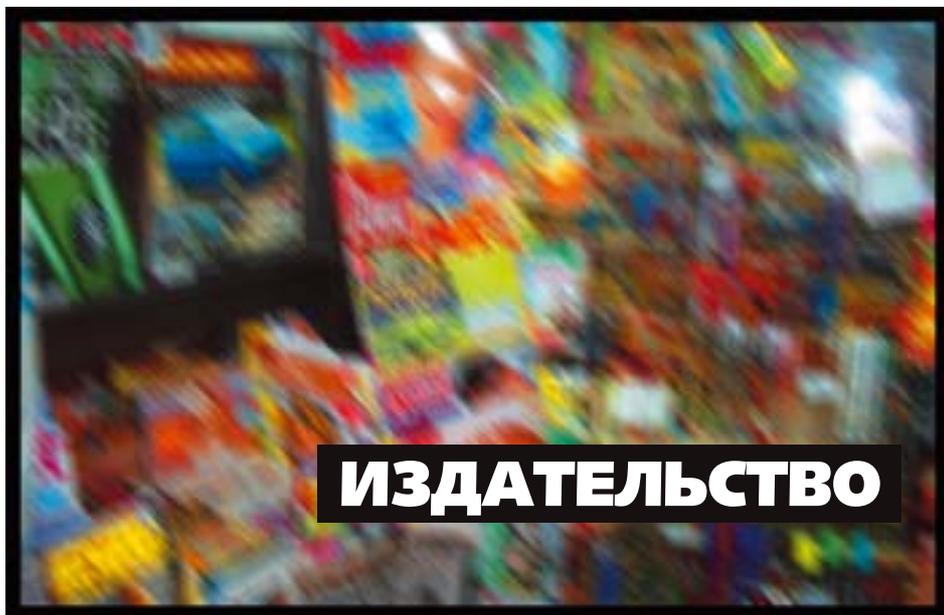


ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 5 (59) ■ МАЙ 2005

ФИНСКИЙ
СИНДРОМ

с. 20



ИЗДАТЕЛЬСТВО

В НОМЕРЕ:

ТАМ, ГДЕ НЕТ ЖУРНАЛОВ...	3
«КНИЖНАЯ ПОЛКА ПРЕДПРИЯТИЯ»	8
ЗА ЯПОНСКИМИ МАШИНАМИ	11
НОВОЕ ИМЯ: XSYS	12
«ФРАНКЕНТАЛЮ» — 100	13
КИТАЙСКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ	16
СЮРПРИЗ, КОТОРЫЙ ЖДАЛИ	19
МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ	22

«Финский синдром», о котором мы рассказываем, вообще может оставить типографии без работы

А. Романов (с. 3)

Есть и объективные, и субъективные причины, почему мы печатаем большинство наших изданий за границей. Самая простая — стоимость производства журналов

А-Ф. Листевник (с. 4)

В последние годы в китайской промышленности произошли огромные изменения

А. Амангельдыев (с. 16)



Ард-Фолькер
ЛИСТЕВНИК
ИД «Бурда»
Генеральный
директор

ГАРТ: Господин Листевник, мы уже брали у Вас интервью три года назад. За прошедшее время ситуация на российском журнальном рынке изменилась?

А. Л.: Да, изменилась. Но мы по-прежнему специализируемся на массовых изданиях средней ценовой категории тиражами от нескольких сотен тысяч экземпляров до миллиона и больше. Основная прибыль — от их распространения. Издаем и гляцевые журналы, например, Playboy и Mini, которые живут за счет рекламы.

За прошедшие три года на рынке появилось много новых проектов в сегменте недорогих изданий и много дорогих гляцевых журналов. Я считаю, что только единицы смогут выжить и стать прибыльными.

ГАРТ: По нашим оценкам, объем журнального рынка, если измерять его в

тоннах, вырос в 2004 г. по сравнению с 2002 г. почти в два раза.

А. Л.: Тоннаж и реальное число изданий — вещи совершенно разные. Есть толстые журналы на плотной бумаге, с тиражами в несколько тысяч. И сравнивать их с тиражами наших изданий в несколько сотен тысяч бессмысленно.

Для издателей важнее другой показатель. По нашим же оценкам, за три года количество журналов, представленных в «большом российском журнальном киоске» увеличилось вдвое — с 800 до 1600.

ГАРТ: То есть мы постепенно приближаемся к Германии, где это число составляет 3 тыс.?

А. Л.: Приближаемся, но разница-то пока большая. Достичь такой же цифры не так просто. С точки зрения типографий, журналов очень много, с точки зрения распространителей — тоже. Много журналов и мало киосков. Такова сегодняшняя ситуация в России.

ГАРТ: Издательский рынок тоже меняется, в Россию приходят крупнейшие европейские издатели. Самая наша новость — приобретение Independent Media финской компанией Sanoma Magazines..

А. Л.: Да, приходят новые игроки. Это нормальное развитие рынка.

(Продолжение на с. 4)

MEGA ART

250

200

170

150

130

115

90

Экономичная
мелованная бумага

700 x 1000

640 x 900

620 x 940

470 x 650

470 x 620



(095) 729-54-64

П С Б К

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. Электроводская, 37/4, стр. 7

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 725 6001**Подписано в печать:** 30.05.2005**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 1504**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

**ТАМ, ГДЕ НЕТ ЖУРНАЛОВ...**

В этом номере ГАРТ, основная тема которого — издание журналов, мы публикуем интервью руководителя крупнейшего в России издательства. Ну не печатает он здесь свои журналы! Да, цены у нас выше, но заметьте, еще и сервис оставляет желать лучшего.

Мне кажется, что издатели для любой типографии — клиенты желанные. Кто сегодня откажется от стабильных регулярных заказов? Кстати, интересно, а что такое сервис в понимании издателя? Для меня сервис — полное отсутствие проблем и необходимости делать «дополнительные телодвижения». Типография должна быть таким черным ящиком: в него файл и подписную корректуру положил, бумагу завез, деньги перечислил, а через неделю забрал тираж. Но, на самом деле, так может работать только идеальная типография, у которой всего один клиент. Причем клиент, который не допускает ошибок при подготовке макетов.

Но в реальности клиентов обычно много, загрузка оборудования высокая, а издатели никогда не соблюдают сроки сдачи макетов да еще ошибки иногда допускают. Типография должна в такой ситуации вертеться как белка в колесе, стараясь, тем не менее, удовлетворить требования заказчика по срокам и качеству. На мой взгляд, это и есть тот сервис, который должен оказываться издателям журналов.

Но на «разгильдяйство» издателей (по крайней мере, некоторых) постоянно накладываются какие-то внешние проблемы. В мае, например, в конкурентной борьбе между московскими типографиями неожиданную победу одержали те, кто территориально находится на севере столицы. Просто потому, что многие «южане» оказались два дня без электричества. Вроде и не много, всего два дня, а для некоторых заказчиков именно они были решающими.

Ну а «финский синдром», о котором мы рассказываем в этом номере, вообще может оставить типографии без работы. Будет просто не на чем печатать. И придется издателям переходить на

отечественную офсетную бумагу. Вот будет здорово...

Разговоры о том, что кто-то уже наконец должен наладить в нашей стране производство мелованной бумаги, идут много лет. Но нашим ЦБК это, видимо, не очень нужно: инвестиции слишком велики, а рынок пока еще слишком мал. Финским производителям бумаги строить у нас фабрику тоже невыгодно. Они и так продают бумагу в Россию. Это необходимо типографиям, но их в России не так много. Чтобы осилить инвестиции около 1 млрд долл. придется 2,5 тыс. типографий скинуться по 400 тыс. долл. Правда, можно взять в долю еще и издателей, которым бумага-то тоже нужна, но и это не спасет. Государству нашему это тоже не надо. Россия — это вам не Китай, который над развитием собственной промышленности работает очень активно. Ведь если в России производство мелованной бумаги наладить, то цены на нее снизятся, суммы НДС, поступающие в бюджет, сократятся, а таможенная пошлина вообще исчезнет. Разве это выгодно государству?

Так что как-нибудь проснемся утром в стране, где нет журналов. И их «убьет» совсем не интернет, как считали раньше, а граждане маленькой северной страны, находящейся по соседству.

Андрей Романов
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ИЮНЬ 2005:
УПАКОВКА

ИЮЛЬ 2005:
РЕГИОНАЛЬНАЯ
ПОЛИГРАФИЯ

АВГУСТ 2005:
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

СЕНТЯБРЬ 2005:
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ



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



Бумага мелованная матовая
Magno Satin плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Ард-Фолькер ЛИСТЕВНИК
(Продолжение. Начало на с.1)

ГАРТ: Но теперь Independent Media становится основным конкурентом вашего издательского дома?

А. Л.: Конкуренция имеет место на уровне отдельных продуктов, а не издательских групп. Пока Sanoma Magazines не издает журналы в России, которые находились бы в нашем сегменте. Если мы и конкурируем с Sanoma Magazines, то лишь в некоторых восточно-европейских странах. Возможно, через некоторое время будем конкурировать и в России, но пока еще об этом говорить рано.

ГАРТ: Европейские менеджеры Sanoma Magazines планируют выводить на рынок 10–12 новых изданий в год, причем это, скорее всего, будут еженедельные женские издания. А именно на них и специализируется ИД «Бурда».

А. Л.: Я не верю, что одно издательство может за год вывести на рынок 10 журналов. Открою один секрет. В России большой дефицит редакторов, которые понимают, о чем идет разговор, а без них новый проект запустить нельзя.

ГАРТ: Интересно, а у вас есть планы по развитию?

А. Л.: Мы думаем заняться изданием дорогих журналов в сегменте Hi-End.

ГАРТ: Система распространения изданий остается одной из главных проблем в России?

А. Л.: Да, причем за последние три года ситуация только ухудшилась. Мы со своей стороны делаем все, что необходимо: уделяем очень много внимания развитию своей системы логистики. Но это не помогает — влиять на распространение в России практически невозможно.

ГАРТ: После запрета на продажу прессы в метро объем

реализации ваших изданий сильно упал?

А. Л.: Нет, не сильно, но потребовалось время, чтобы журналы появились в торговых точках, где они раньше не продавались. В условиях отлаженной системы распространения мы бы просто перераспределили тираж по другим киоскам. В российских же условиях все происходит по-другому. Особенно это отразилось на издателях ежемесячных журналов. На исправление ситуации могло уйти до полугода.

ГАРТ: Как распределяются продажи ваших журналов между Москвой и остальной Россией?

А. Л.: У нас в среднем 40% тиража приходится на Москву, Подмоскowie и СПб.

ГАРТ: Видимо, это очень хороший показатель. По гляцевым журналам ситуация аналогичная?

А. Л.: Несколько иная, но в регионах тоже много продается. Мы предлагаем свои издания распространителям «в пакете».

ГАРТ: Основной объем ваших журналов печатается за границей. С теми, которые печатаются глубокой печатью — все понятно, но в России уже достаточно большие мощности для производства журналов офсетной печатью. Они пока еще не конкурентоспособны по цене?

А. Л.: Я бы сказал, что есть и объективные, и субъективные причины, почему мы печатаем большинство наших изданий за границей. Самая простая из них — стоимость производства журналов. В России пока еще очень дорого. Я полагаю из-за того, что журнальные типографии в последнее время приобретали очень много оборудования, причем нового. Что делает их накладные расходы слишком высокими, в то время как загрузка отдельных единиц оборудования очень низка. В результате они устанавливают высокие цены на свои услуги. В европейских типографиях есть

оборудование и новое, и то, которое уже давно окупилось. Там цены формируются с учетом одновременного использования нового и старого оборудования. Под давлением рынка европейские типографии вынуждены идти на снижение цен. Российский же рынок услуг по производству журнальной продукции еще не сложился. Со временем все из-

Я не верю, что одно издательство может за год вывести на рынок 10 журналов. Открою один секрет. В России большой дефицит редакторов, которые понимают, о чем идет разговор, а без них новый проект запустить нельзя

менится, и появится десяток журнальных типографий, которые будут конкурировать между собой. Пока такого еще нет.

ГАРТ: А насколько велика разница в цене производства журналов в европейской и российской типографиях?

А. Л.: На протяжении последних десяти лет цены в Европе постоянно снижались. В России — нет. На сегодняшний день разница в цене производства журнальной продукции составляет 20–25%. Тем не менее — это большие деньги. Зачем размещать заказы здесь, если можно сэкономить?



Марилок
МАГНИЕВЫЕ • МЕДНЫЕ • ПАТРИЦЫ

**Вам нужно
КАЧЕСТВЕННОЕ КЛИШЕ?
Оно у нас есть!**

доставка по России и СНГ
срок изготовления от 1 часа
принимаются заказы по электронной почте

т. +7 095 798 8663
+7 095 775 1746
ф. +7 095 775 1747
marylock@mtu-net.ru

т. +7 812 115 7841
+7 812 973 0922
ф. +7 812 112 4307
marylockspb@mail.ru

Клуб Марилок на сайте www.marylock.ru

ГАРТ: Но кроме цены есть еще и другие факторы, например такие, как сроки производства?

А. Л.: Есть три фактора: цена, качество и сервис. Сроки производства для подавляющего большинства наших изданий — фактор несущественный. Однако у нас есть несколько изданий, для которых это важно. В прошлом году мы печатали их в России. И кроме цены нас не устроили ни сервис, ни сроки.

Кроме того, мы распространяем многие наши издания не только в России, но и в других странах, включая СНГ, Прибалтику, Турцию, Египет и пр. Если печатать журналы в России, то при их экспорте нам все равно придется заплатить НДС. Теоретически нам его должны вернуть, но на практике это требует очень больших усилий.

ГАРТ: Да, НДС — у нас особенный налог.

А. Л.: В большинстве стран НДС для издателя проблемой не является, но в России это именно проблема.

ГАРТ: Но какие-то свои журналы вы все-таки печатаете в России?

А. Л.: На сегодняшний день здесь печатаются телегид ТВ7 и приложение к журналу «Автомир» — «Авторынок».

ГАРТ: Говорят, в ближайшее время в Москве должна открыться журнальная типография, специализирующаяся на глубокой печати. Нужны ли здесь такие производства или издателей вполне удовлетворяют возможности зарубежных типографий?

А. Л.: Я слышал об этом. Конечно, здорово, если мы сможем получить здесь нормальную цену на производство журналов. Но до сих пор к нам никто с предложением подобных услуг не обращался.

ГАРТ: А как Вы думаете, локаут финских производителей бумаги вас коснется или нет?

А. Л.: На сегодняшний момент о возможных сбоях в графике нас проинформировала только одна типография — российская. От зарубежных типографий никаких тревожных сообщений пока не поступало...

НЕСКОЛЬКО ФАКТОВ

«Бурда» — один из крупнейших издательских домов в России. В 1995 г. была создана дочерняя фирма немецкого концерна Hubert Burda Media. Сегодня «Бурда» является лидером российского рынка периодики по продажам журналов и охвату аудитории. Продажи рекламы в 2004 г. достигли рекордного объема — 11518 полос. По информации TNS Gallup Media, на 2004 г. почти 40% населения России и 64% населения Москвы читали издания ИД «Бурда».

Сейчас издательский дом выпускает журналы: Burda, Cool, Cool Girl, Oops!, MINI, Playboy, Verena, Chip, «Лиза», «Лиза. Мои любимые животные», «Лиза. Кроссворды», «Лиза Гороскоп», «Отдохни!», «Круто», «Вот так!», «Мой прекрасный сад», «Добрые советы», «Лучшие рецепты», «Дом в саду», «Мой ребенок», «Мой уютный дом», «Анна. Приятного аппетита!», «Burda. Приятного аппетита!», «Разгадай!», «Цветы в доме», «Даша», «Правдивые истории», «Сделай паузу!», «Автокаталог», «АвтоМир».

В 2004 г. ИД «Бурда» импортировал в Россию из Чехии, Словакии, Польши и Германии более 12 тыс. т журнальной продукции, 80% которой отпечатано способом глубокой печати.



природа
цвета!

xsys
Print Solutions

о ф с е т н ы е к р а с к и

Расходные материалы для полиграфии



МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5158
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 92-3714
СИБИРЬ
Тел.: (8632) 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



«Книжная полка предприятия»

Выпуск переводной литературы по полиграфии стал основной целью нового издательства «Принт-Медиа Центр», которое было создано по инициативе Московского государственного университета печати, Межрегиональной Ассоциации Полиграфистов и Центра американских полиграфических технологий (представительство NPES).

Мы попросили представителей полиграфической отрасли ответить на вопросы, связанные с актуальностью этого начинания.



Борис Александрович КУЗЬМИН

Межрегиональная Ассоциация Полиграфистов (МАП)
Президент

ГАРТ: Борис Александрович, Вы стоите у истоков создания издательства, специализирующегося на выпуске литературы по полиграфии. Что послужило толчком для начала этого проекта?

Б. К.: Профессионально ориентированная литература, безусловно, необходима, ведь новые технологии, новые материалы и современные технические средства, энергично внедряющиеся в российскую полиграфию, невозможно освоить без специальной литературы. Для тех, кто пришел в полиграфию в 90-х гг., сложно не только овладеть новым, но и освоить давно применяющи-

еся технологии и технику, потому что найти необходимую литературу очень сложно. Старая уже исчезла, а новая практически не издается.

Вот почему работа, начатая представительством NPES по подбору и переводу зарубежной литературы, на наш взгляд, чрезвычайно полезна и востребована. Сегодня эта простая, только на первый взгляд, работа уже дала свои плоды. Выпущено пять книг, готовятся к печати еще семь.

Участие в проекте Университета печати, поддержка ведущих российских компаний-поставщиков оборудования, содействие отраслевых ассоциаций и издательств США позволяют «Принт-Медиа Центру» выбирать для выпуска наиболее актуальные и востребованные книги. А в случае со «Справочником полиграфиста» Ф. Романо и вовсе получить в свой издательский портфель новое переработанное издание, которое автор готовил, учитывая потребности русскоязычного читателя.

ГАРТ: Как систематизируются выпускаемые издания?

Б. К.: Книги можно разделить на две группы. Первая — издания, которые наши американские коллеги называют «праймеры», а по-нашему «основы» — книги, необходимые для тех, кто только начинает осваивать те или иные технологии. Эти же издания могут оказаться полезными для студентов вузов, колледжей и лицеев как учебные пособия при изучении основ специальности, а также для специалистов рекламных компаний и дизайн-студий, которым достаточно познакомиться с предметом в общих чертах.

Вторая группа изданий предназначена в первую очередь для полиграфистов-профессионалов. О ней надо говорить отдельно. Внедрение на наш рынок современных мировых достижений давно уже привело к потребности в литературе, которая помогла бы на рабочем месте разобраться с теми проблемами, которые возникают в реальном производственном процессе. Современным специалистам типографий необходима литература, позволяющая освоить все тонкости поведения материалов при их взаимодействии, чтобы принимать оптимальные технологические решения. Да и высокий технический уровень современного полиграфического оборудования требует корректировки прежних знаний и ранее полученного опыта. Вот почему, мне кажется, будут чрезвычайно востребованы такие издания, как: «Что полиграфист должен знать о красках» Н. Эльдред и

«Что должен знать полиграфист о бумаге» Л. Вильсона и др.

ГАРТ: Видимо, отрасль должна способствовать выпуску профессиональной переводной литературы?

Б. К.: Я считаю, что наша общая задача — помочь издательству. Кроме того, сейчас очень важно информировать всех потенциальных читателей о новых книгах. Особенно важно донести эту информацию до региональных полиграфистов. В этом мы рассчитываем на помощь отраслевой периодики. Надеюсь, эта публикация в ГАРТе — первый шаг, и другие профессиональные издания тоже поддержат дело популяризации «нового информационного продукта».

В заключение хотелось бы пожелать успеха издательству в его нелегком труде.



Евгений Маркович МАРГОЛИН

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
Зам. начальника управления

ГАРТ: Евгений Маркович, Вы — один из самых информированных людей в отрасли, хорошо знающий и понимающий внутренний мир полиграфического сообщества. Как Вы оцениваете инициативу по изданию переводных книг по полиграфии?

Е. М.: Я считаю, что начато благое дело. Российская полиграфия находится сейчас в непростой ситуации: с одной стороны, из состояния глубокой беспросветной технической отсталости она вроде бы одним скачком перепрыгнула ров, отделяющий ее от полиграфии в экономически сильных странах, и встала с ними рядом. С другой — одиннадцать часовых поясов и большое количество параллелей предопределяют огромное разнообразие исходных позиций для Большого Скачка. В одночасье всем перепрыгнуть в светлое будущее не удастся. Кроме того, само полиграфическое производство в России настолько многопрофильно, что траектория перемещения у каждого своя. Ясно, что прыгать надо, но неясно — куда. В таких условиях главный фактор снижения уровня неопределенности и рисков, с ним связанных, — информация.

Информацией нас снабжают чуть ли не полсотни отраслевых изданий. Правда, носит она очень часто либо неприкрытый, либо прикрытый объективностью рекламный характер.

Информацию также можно получить на семинарах. На вопросы, которые возникают при получении новой информации, там обычно есть кому ответить. Однако и семинары — форма продажи продукции и услуг того или иного производителя.

Выставки — еще один источник информации. Можно посмотреть, спросить и «пощупать», составить собственное мнение об увиденном и услышанном. Но выставочные площадки ограничены, так же, как и время, которым располагает посетитель. Сумбур впечатлений еще долго будет отстаиваться, и не факт, что результат седиментации будет удовлетворительным.

ГАРТ: Остаются только книги?

Е. М.: Да, профессиональная литература, в которой материал зафиксирован на долговременном носителе (бумаге), систематизирован, структурирован и преподан в виде, наиболее удобном для пользователя.

Полиграфисты со стажем наверняка помнят издательство «Книга», где по-

являлись на свет монографии, учебники, справочники и другая очень полезная отраслевая литература, которая и доныне вспоминается добрым словом. Но последние 15 лет отрасль, производящая печатное слово, была на «блокадном пайке» по части слова полиграфического. Какая зависть съедала меня на чикагской выставке Print 2004 при виде стендов, заполненных изданиями для полиграфистов, увы, на английском языке. Учился-то я немецкому, да и то сказать — давно это было.

Языки, конечно, знать необходимо, но теперь появляется возможность пользоваться и родным русским для изучения мирового полиграфического опыта. Усилиями американских отраслевых ассоциаций, Московского государственного университета печати, ряда других компаний, работающих на российском полиграфическом рынке, появились первые и планируются к изданию другие книги по полиграфии.

Вышедшие книги заполняют пока нишу между популярными изданиями типа «Хочу все знать», производственной литературой и монографиями, где рассматриваются техника и технологии фундаментально, с научной точки зрения.

В новой серии рассказано все подробно и понятно. Весь материал систематизирован и структурирован, перевод с английского выполнен квалифицированно.



**Валентин
Нилович
ДРОЗДОВ**

Северо-Западный
институт печати
СПГУТД

Директор, проф.,
д.т.н.

ГАРТ: Валентин Нилович, как была воспринята инициатива по изданию переводной литературы для полиграфистов?

В. Д.: Учебные заведения начального, среднего и высшего профессионального образования в настоящее время сталкиваются с проблемой нехватки учебной литературы — современная техника развивается очень высокими темпами. Особенно остро эта проблема стоит перед учебными заведениями, готовящими кадры для полиграфичес-

Листоподборочные линии фирмы MKW



- Полностью автоматическая подборка форматов от В2 до В4
- Брошюры, календари, формуляры, каталоги и т.д.
- Любые бумаги от 14 до 1000 г/м² и сфальцованные тетради
- Количество станций от 5 до 60
- Производительность до 5000 блоков/час (с включенной функцией тандемного подбора)
- Емкость ступеней самонаклада - 70 см
- Автоматический контроль отсутствия и двойного листа
- Секция однозгибной фальцовки, и шитья с фронтальной подрезкой



H.G.S.
GROUP

www.hgs.ru

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

кой отрасли. Сейчас большинство российских полиграфистов работает на оборудовании зарубежных производителей. У нас практически отсутствуют научные, конструкторские центры по разработке перспективного печатного оборудования и технологий. По этой причине, несмотря на огромные усилия руководства МГУП, издается очень мало отечественной технической учебной литературы. В сложившихся обстоятельствах совершенно естественно обращение к зарубежному опыту.

Проект по переводу серии «Технологии принт-медиа» представляет несомненный интерес для учебных заведений полиграфического профиля, прежде всего лицеев, колледжей и техникумов. Эта серия полезна также для первого знакомства с современными процессами и печатным оборудованием студентам высших учебных заведений. Для глубокого изучения процессов будущим инженерам нужна более серьезная научно-техническая литература.

Профессорско-преподавательский состав Северо-Западного института печати СПГУТД принимал и, несомненно, будет принимать участие в переводе монографий в тесном взаимодействии с МГУП.



Александр КАБАЕВ
«ЯМ Интернешнл»
Генеральный директор

ГАРТ: Александр, ваша компания первой активно поддержала проект по изданию профессиональной переводной литературы. Почему?

А. К.: Основной целью участия нашей компании в проекте по изданию профессиональных книг является забота о будущем отрасли, о ее высокой информированности, и, прежде всего — о хорошо подготовленных кадрах. А это невозможно без современных учебников, пособий, иной специальной литературы образовательного характера.

Именно сегодняшним студентам полиграфических факультетов вузов предстоит в будущем выбирать наиболее эффективные технологические пути повышения рентабельности поли-

графических предприятий. Именно сегодняшним выпускникам колледжей и лицеев завтра предстоит осваивать все новые и сверхновые технологии, без которых невозможно представить ближайшее будущее полиграфии.

Предоставление действующим работникам типографий актуальной информации о современных полиграфических процессах, о возможностях внедрения новых технологий также является предметом нашей заботы.

Немаловажным фактором является и образование заказчика в полиграфии. Всем нам известно — чем выше уровень подготовленности заказчика, тем легче типографии наладить диалог с ним. Подготовленный заказчик, имеющий базовые знания и понимающий тонкости процесса, сможет более четко оценить возможности конкретных типографий по исполнению его замыслов в зависимости от установленного там оборудования и используемых технологий и, сможет, соответственно, конструктивно участвовать в решении различных рабочих вопросов по ходу тиража.

ГАРТ: Участвуете ли вы в редакционно-издательском процессе?

А. К.: Да, конечно. Наши специалисты и технологи принимают участие не только в подборе актуальных книг, но и в редакционной подготовке изданий, адаптируя их для российского рынка. Также мы обеспечиваем печать тиража в лучших типографиях, что позволяет выпускать книги с высоким уровнем полиграфического исполнения.

ГАРТ: Какие критерии вы используете при выборе американской литературы для издания на русском языке?

А. К.: Прежде всего, книга в США должна быть выпущена относительно недавно и содержать актуальную информацию, соответствующую современному уровню развития полиграфических технологий, оборудования, материалов — иначе теряется весь смысл издания ее на русском языке. Следующий критерий связан с насыщенностью нашего рынка книгами той или иной направленности. Мы выбираем книги по тематике, по которой не хватает должной информации либо она уже устарела.

ГАРТ: Какие книги планируются к выпуску при участии «ЯМ Интернешнл»?

А. К.: Мы будем поддерживать издание всех книг Центра, способствующих повышению уровня информированности и систематизации знаний широкого круга участников полиграфического сообщества.



Акрам Джапарович БАБРОВИЧ
Академиздатцентр «Наука»
Первый заместитель генерального директора, генеральный директор типографии «Наука» РАН

ГАРТ: Акрам Джапарович, как Вы оцениваете инициативу МАП, МГУП и Американского Центра заняться выпуском профессиональной переводной литературы для полиграфистов? Нужны ли такие книги?

А. Б.: Такая инициатива очень своевременна и важна для стремительно развивающейся российской полиграфии. Техническое перевооружение отрасли происходит без участия науки и с минимальным участием высшего и среднего образования.

Известно, что специалист должен каждые 5 лет проходить курс повышения квалификации. В полиграфии зачастую новые технологии внедряются чаще, и требования к профессиональному уровню подготовки специалистов возрастают. Отправлять работников на курсы повышения квалификации или семинары могут позволить себе далеко не все предприятия, а приобрести книги для своих специалистов способна любая типография.

ГАРТ: То есть задачу повышения профессионального уровня кадров можно решать путем создания такой «Книжной полки»?

А. Б.: Такие книги, как «Основы офсетной печати», «Цвет и краски», «Что полиграфист должен знать о бумаге» должны быть не только на предприятии, но и в личной библиотеке у каждого специалиста.

ГАРТ: Применима ли у нас переводная литература?



А. Б.: Я считаю, что в условиях нехватки отечественной можно использовать переводную литературу, но не бездумно копируя западные технологии. Мы должны быть в курсе последних технических инноваций и самое лучшее применять и адаптировать к российским условиям.

Качество и профессионализм перевода книг являются очень важными факторами — полиграфические термины требуют абсолютной точности перевода. На мой взгляд, для этого нужны переводчики с полиграфическим образованием, прекрасно понимающие специфику работы, ведь зачастую некоторые технологии, описанные в иностранной технической литературе, еще не внедрены в России. Адаптировать эту литературу к российским условиям станет возможным, если мы будем ставить высокую планку во всем: техника, технологии, материалы, подготовка специалистов, культура производства.

Тогда создание «Книжной полки предприятия», доступной любому специалисту, печатнику, оператору, может стать следующим этапом на пути повышения конкурентоспособности каждого полиграфического предприятия.



Сергей ТАРУБАРОВ
Группа Pol.s.tar
Президент

ГАРТ: Сергей, что Вы думаете о книгах нового издательства?

С. Т.: В принципе, любая новая информация для российских полиграфистов (имеется в виду техническая информация, которая может быть полезна в деле) — уже большой плюс. А в новых изданиях простым языком объясняются те вещи, которые действительно важны, ведь образование и самообразование полиграфистов — одна из главных задач отрасли. Кроме того, есть еще вопрос взаимоотношений заказчика и типографии. Повысить уровень знаний в области полиграфии потенциального клиента — тоже очень актуальная задача: часто клиенты не могут объяснить, чего хотят. Поэтому для нас очень важно сделать так, чтобы они говорили на одном языке с типографией.



Дмитрий ЧЕРЕПОВСКИЙ
«Линия График»
Главный технолог

ГАРТ: Дмитрий, нужны ли переводные издания полиграфической отрасли?

Д. Ч.: Это, безусловно, очень важный и нужный проект, так как дефицит образовательной литературы в нашей отрасли есть. Причем актуальной литературы — со всеми новинками полиграфической техники и технологии. Достаточно сравнить количество таких изданий на русском и на английском или немецком языках — отличие, как минимум, на порядок (и не в нашу пользу). И далеко не каждый полиграфист, а тем более студент полиграфического вуза, осилит покупку книги, выпущенной в Европе или США. И на английском языке у нас свободно читает, прямо скажем, не каждый второй.

ГАРТ: Вы можете рекомендовать другим типографиям решать задачу повы-

MULTIPACK™



www.bereg.net

наш картон
жестче!!!

115201, Москва, 2-й Варшавский проезд 6, телефон: (095) 232 2610
191186, С.-Петербург, Б. Конюшенная 29, телефон: (812) 329 9191
... и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ



шения профессионального уровня кадров путем создания «Книжной полки»?

Д. Ч.: Да, обязательно! Мне кажется, что такие издания вполне окупят себя. Стоящую книгу купит каждая типография. А сколько типографий в России? Вот вам и тираж!

Среди первых изданий новой серии особенно интересной мне показалась книга «Что должен знать заказчик полиграфической продукции». Более или менее подробные обзоры отдельных полиграфических технологий для специалистов разного уровня издавались уже не раз (что, однако, не уменьшает их ценности). Но подобных книг на русском языке, кажется, еще не было. А ведь именно в этом вопросе многие клиенты, даже те, кто непосредственно отвечает в своих компаниях за заказ и контроль печатной продукции, являются, мягко говоря, дилетантами.

Заказчику надо знать, на что смотреть при проверке контрольного оттиска, не столько для того, чтобы «злой» печатник или технолог его не обманул (случаи недобросовестного отношения к работе коллег не хочется рассматривать). Это, прежде всего, необходимо, чтобы заказчик мог говорить на одном языке с исполнителем, правильно объяснить, что он хочет, и адекватно проконтролировать работу, а не ждать от офсетного оттиска качества художественной фотографии и требовать от печатника невозможного.

Слава богу, «правильных» и весьма подкованных заказчиков становится все больше. И если каждый заказчик купит эту книгу (да еще и прочитает ее), жить и работать станет значительно легче. И «им», и «нам».

ГАРТ: Как Вы думаете, книги по какой тематике должны быть включены в план нового издательства в дальнейшем?

Д. Ч.: Во-первых, было бы неплохо, если бы за уже выпущенными книгами по технологии офсетной, трафаретной и флексографской печати, которые являются отличными общими обзорами скорее для студента или начинающего полиграфиста, последовали более серьезные издания для повышения квалификации технологов.

Во-вторых, хорошо бы перевести и издать что-нибудь серьезное по химии и физике полиграфических материалов и процессов. Описания типов и видов красок, лаков и т. д. существуют, а вот более подробно химический состав всех этих продуктов и процессов, происходящих при их взаимодействии друг с другом и с запечатываемым материалом, представляют себе немногие. И, как следствие, ответы на вопросы типа «ляжет ли этот лак на вот это?» или «приклеится ли вот это этим клеем?» приходится получать эмпирически. Одна из таких книг, которая дает ответы на многие из этих вопросов, лежит у меня на столе. Большая, толстая, но на английском языке и за 100 евро. И еще одна, такая же — по расчетам стоимости печатной продукции.

На английском и немецком языках таких книг сотни — есть из чего выбрать издателью! Но к выбору и редактированию российскими ведущими специалистами изданий следует подходить очень тщательно. Неточностей и у заокеанских изданий хватает. И далеко не все следует просто переписывать под копируку.

КОММЕНТАРИЙ РЕДАКТОРА

Мы публикуем достаточно большой, по «ГАРТовским» понятиям, материал, посвященный новому издательскому проекту, цель которого — издание переводных книг по полиграфии. Просмотрев уже вышедшие в свет книги и услышав мнение специалистов-полиграфистов, возникло желание высказать мнение свое.

Это начинание, безусловно, нужное, особенно в условиях дефицита подобной литературы. Переводные издания для российской отрасли, которая много лет отставала от западных стран, сегодня просто необходимы. В целом, первые издания серии производят хорошее впечатление. Не стоит забывать, что это так называемые «праймеры» — книги для тех, кто желает познакомиться с современными полиграфическими технологиями и печатным оборудованием. Однако перевод все равно должен быть профессиональным. Мне бросилось в глаза в «Основах флексографии» использование термина «выщипывание» вместо термина «треппинг». Научный редактор, видимо, к сожалению, эту книгу не читал или читал невнимательно.

Новое дело начать не очень сложно. Намного труднее выйти на необходимый профессиональный уровень. Хотелось бы пожелать издательству выпускать хорошие и полезные книги на самом высоком уровне. Мы очень ждем выхода изданий для профессионалов о красках и бумаге. С удовольствием ознакомимся с ними и опубликуем, я надеюсь, достойные отзывы.

Андрей РОМАНОВ

мо monorhythm

● системы автоматизации
● полиграфического
● производства

www.monorhythm.ru
org@monorhythm.ru
+7 910 700.20.82
+7 0872 490.809

Рекламная полиграфия
Печать периодических изданий
Ролевая печать
Флексо-печать
Отделочное производство
Печатные салоны

Оформление полиграфического заказа
Управление производством
Складской учёт
Реализация
Распределённая работа
Связь с другими системами

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

НА «БУМАЖНЫЕ»
ГАРТ и
ГАРТ digital

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ



ЗА ЯПОНСКИМИ МАШИНАМИ

В конце апреля компания «ЯМ Интернешнл» организовала для руководителей ряда ведущих типографий России ознакомительную поездку. Они посетили Страну Восходящего Солнца — родину одного из ведущих мировых производителей офсетного печатного оборудования — японской корпорации Komori.

Российская делегация посетила машиностроительные заводы Komori, на которых собираются и тестируются листовые машины Lithrone 40/44. Это самый крупный до последнего времени завод в Ториде и новейший, воплотивший в себе все последние достижения сборочный цех, расположенный в известном японском «научограде» Тсукуба.

Надо сказать, что последний год оказался рекордным для Komori по выпуску листовых машин большого формата — на заводе в Ториде было изготовлено более 2 тыс. печатных секций машин Lithrone. А безусловным лидером в производственной программе стала последняя разработка конструкторов Komori — Lithrone S40.

В России также растет популярность машин Komori. В начале апреля этого года на издательско-полиграфическом предприятии «Чароид» в городе Реж специалистами «ЯМ Интернешнл» была установлена и успешно запущена новая четырехкрасочная печатная машина Lithrone 420.

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ И ИНСТРУМЕНТЫ

В начале мае 2005 г. Москву посетил технический директор фирмы Bruno Unger GmbH & Co KG — Фолькер Шлессер. Программа его пребывания включала совместный с российским партнером, компанией «Окто-Принт Сервис», семинар. А также посещение типографий — реальных и потенциальных потребителей продукции Unger Messer.

Немецкая компания Bruno Unger GmbH & Co KG производит более 2 тыс. наименований ножей, графеек и других запасных частей и инструментов для различных видов полиграфического оборудования. Вся продукция производится на современных станках, обеспечивающих высокую точность изготовления деталей. Для упрочнения поверхностного слоя используются такие способы обработки, как хромирование, тефлонизация и др. Еще компания выпускает всевозможные виды шестерен и зубчатых соединений с различным шагом. Также в ассортименте Unger Messer инструменты и запасные части для фальцевальных аппаратов. У полиграфистов также большим спросом пользуются специальные ножи для разрезки, перфорации и биговки, предназначенные для рулонных офсетных машин практически всех известных производителей.

ИВАНОВСКИМ КЛИЕНТАМ

Склад компании «Александр Браун» в Иваново был открыт еще в августе 2004 г. Сегодня на нем всегда в наличии мелованная, самоклеющаяся, этикеточная бумага, а также полиграфический картон.

Склад оснащен всем необходимым для упаковки и перевозки бумаги. Принимаются заказы на бумагу с доставкой.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПЕЧАТИ ЖУРНАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ



Рулонная офсетная машина

KOMORI SYSTEM 38 S II

- Автоматическая переналадка машины за 10 минут
- Эффективность печати тиражей от 3000 экземпляров
- Лидер по продажам 16-страничных журнальных рулонных машин в Европе
- Ширина рулона 965 мм
- Длина рубки 625 мм
- Макс. производительность 50000 отт./ч



ЯМ Интернешнл – официальный дистрибутор KOMORI



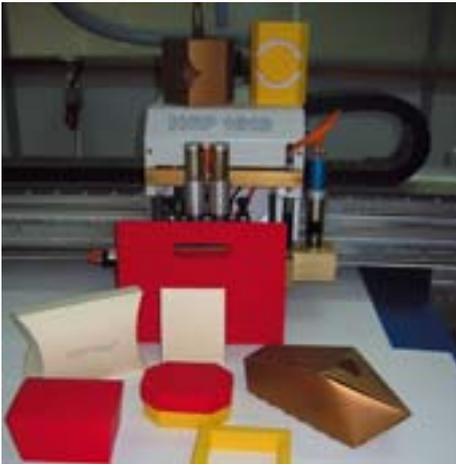
МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (095) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 110 8097

КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 254 5254

ТАШКЕНТ, ТЕЛ: (99 871) 132 0660

WWW.YAM.RU



**ЭЛИТНАЯ УПАКОВКА:
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

Компания «Знак» и Дивизион полиграфических сортов бумаги и картона компании «Комус» провели экспериментальные работы по изготовлению упаковок из дизайнерской бумаги на плоттере.

Для компании «Знак» это стало началом эксплуатации единственного на сегодняшний день в Москве комплекса на базе плоттера Laser Comb HSP 1613 (выпуск 2004 г., формат 1600x1300 мм) и программного продукта IMPACT 3.1. Теперь, благодаря этому приобретению, «Знак» предлагает своим клиентам новый вид услуг — разработку и макетирование упаковки любой сложности, а также рекламных и POS-материалов. С помощью этого комплекса можно выпустить эксклюзивный тираж упаковки (до 50 экз.), изготовить и испытать образец упаковки до ее запуска в производство, а также сделать макет упаковки по образцу, по заданным внутренним размерам или чертежу из банка данных.

Для Дивизиона полиграфических сортов бумаги и картона компании «Комус», который предоставил бумагу и картон для изготовления первых пробных коробочек, это сотрудничество позволило еще раз проверить возможности реализуемых им бумаг и картонов.

Строгий экзамен, которому экспромтом подверглись дизайнерские бумаги «Плайк», «Дали», «Стардрим», а также картоны «Симкоут» и «Энсоглосс», был выдержан. Бумаги, входящие в ассортимент «Комус ПСБК», продемонстрировали широкие возможности по изготовлению элитной упаковки сложной конструкции.

Первые тиражи показали, что у новой технологии большое будущее. Тем более, что есть материалы, которые обеспечивают отличные результаты.

ВСЕ ДЛЯ КНИГ

В конце апреля во ФГУП ИПК «Ульяновский дом печати» состоялась презентация нового оборудования — первой в России пятикрасочной полуформатной печатной машины с модулем лакирования MAN Roland 505 и комплекта оборудования для гибкого переплета итальянской фирмы Petratto. Все это предназначено для выпуска учебной литературы, дневников для школьников и другой книжной продукции и должно обеспечить совершенно новый стиль оформления этой продукции. С помощью клапанозагибочной машины на предприятии появилась возможность делать новый вид обложек — с клапанами, которые могут использоваться как дополнительная площадь для какой-либо информации.

По словам директора типографии Ю. Е. Вихалевского, сегодня «Ульяновский Дом печати» — современное полиграфическое предприятие, обогнавшее по объемам производства книжной продукции таких признанных гигантов, как Смоленский и Тверской полиграфкомбинаты, «Красный пролетарий» и Первая образцовая типография. В зависимости от тиражей ежедневно выпускается от 20 до 30 наименований книг.

ПОПУЛЯРНЫЙ ТРАФАРЕТ

В компании «Фабрика трафаретной печати» (Ставрополь) специалистами группы «Нисса» установлена скоростная линия трафаретной печати немецкой фирмы SPS. «Фабрика трафаретной печати» — молодое полиграфическое предприятие, специализирующееся на предоставлении услуг по УФ-лакированию и трафаретной печати. Благодаря профессионализму персонала и качественной немецкой технике, компания быстро завоевала доверие и авторитет у широкого круга заказчиков. Среди клиентов «Фабрики» такие известные и авторитетные брэнды, как «Аэрофлот», «МТС-мобильные телесистемы» и многие другие.

Установленная линия состоит из СТОП-цилиндрической трафаретной машины SPS Vitessa Classic, УФ-сушки с расширенной системой охлаждения SPS Classic Jet и автоматической стальной приемкой SPS ST2.

Новая скоростная печатная линия SPS будет использоваться «Фабрикой трафаретной печати» для выборочного УФ-лакирования и печати обложек, плакатов, двусторонних наклеек, POS-материалов и другой издательской продукции.



НОВОЕ ИМЯ: XSYS

Мы неоднократно рассказывали о слиянии ведущих европейских производителей печатных красок ANI Printing Inks и BASF Printing Systems. В конце мая было выбрано название для объединенной компании — XSYS (Эксис). По мнению руководства, оно вполне индивидуально и запоминающееся, и «выражает» широкие возможности компании и компетенцию ее специалистов.

Теперь новой компании предстоит большая работа на полиграфическом рынке, ситуация на котором становится все более сложной. Технологии быстро развиваются, затраты растут.

XSYS сегодня — крупнейший европейский производитель печатных красок, фотополимерных пластин, пигментов и смол для полиграфии и производства упаковки. Ему принадлежат 65 дочерних предприятий в 30 странах. Еще в 50 странах продукция реализуется через дистрибуторов. Головной офис располагается в Штутгарте (Германия). В компании работают 3 600 сотрудников. Объем продаж в 2004 г. составил 880 млн евро.

«Я убежден, что XSYS Print Solutions будет новой большой величиной в печатной и упаковочной отраслях, имя, которой будет известно всем», — сказал Петер Койвула, управляющий XSYS.

Владимир Бабаев, генеральный директор компании «Гейдельберг СНГ», являвшейся дилером BASF Printing Systems, так прокомментировал это событие: «Компания XSYS Print Solutions объединила в себе силы двух крупных компаний BASF Printing Systems и ANI Printing Inks — это, несомненно, принесет пользу и позволит новой объединенной компании еще активнее реализовывать свой двойной потенциал на рынке. «Гейдельберг СНГ» продолжит работать с брэндом K+E. Этикетки на упаковках с краской остаются прежними, просто логотип BASF будет заменен на XSYS».

xsys

Print Solutions

Ожидания позади: новое имя в полиграфии и упаковочной индустрии — XSYS.

Необычное имя и тем еще более запоминающееся. Настолько же необычное, насколько необычна наша позиция на рынке. Нет другого такого поставщика материалов для полиграфии и упаковочной индустрии в мире, у которого был бы в наличии столь же широкий ассортимент решений. Мы не просто выросли, мы увеличили наши области знаний и опыт. Обратитесь к нам, и вы ощутите преимущества нашего сервиса. XSYS готов к встрече с вами.

www.xsys-printsolutions.com

BASF Drucksysteme



ANI Printing Inks



xsys





«ФРАНКЕНТАЛЮ» 100 ЛЕТ

В далеком 1903 г. завод «Альберт», который находится в г. Франкенталь и входит в состав концерна КБА, получил заказ на изготовление однокрасочной плоскочечной машины формата 70x100 см для типографии в Мадриде. В 1905 г. машина была отправлена заказчику. Как она потом оказалась в типографии Большого театра до сих пор непонятно. Известно только, что в типографии Большого театра эта машина появилась в 1958 г. благодаря печатнику И. И. Тужилкину, который нашел ее практически на улице после реорганизации одной из московских типографий и восстановил. С тех пор «Франкенталь» в рабочем состоянии и уже полвека печатает афиши — и не только для Большого, но и для ряда других московских театров.

25 мая на празднование столетнего юбилея машины прибыло самое высокое руководство: генеральный директор Большого театра А. Иксанов и президент концерна КБА А. Больца-Шюнеманн.

«Я знаю, что машины КБА отличаются большим сроком службы, но то, что столетняя машина работает в типографии знаменитого театра — поистине удивительно», — сказал президент концерна КБА. Директор Большого театра напомнил, что в ближайшее время начинается реконструкция основной сцены Большого театра, а затем планируется переоснащение театральных мастерских, в том числе планируется переоснащение типографии. И не случайно среди подарков, преподнесенных Большому, была модель полноформатной «Рапиды 105».



**«ГЕЙДЕЛЬБЕРГ КУРС»:
КУРС НА БУДУЩЕЕ ПОЛИГРАФИИ**

Компания «Гейдельберг СНГ» и «Принт Медиа Академия Москва» видят свою задачу не только в предоставлении передовых технологических решений и услуг, но и в активном участии в профессиональном развитии молодых российских полиграфистов. Так, в 1997 г. «Гейдельберг СНГ» начал проект «Гейдельберг Курс». В его рамках студенты Московского государственного университета печати знакомятся с лучшими образцами полиграфической техники, проходят практику на ведущих полиграфических предприятиях, участвуют в общественной жизни компании «Гейдельберг СНГ» и стажировка в Германии.

В апреле 2005 г. прошел очередной набор студентов МГУП на «Гейдельберг Курс». Было проведено собеседование с более чем 130 студентами Университета печати. Новый курс — это две группы, сформированные из лучших студентов второго и третьего курса, которые были отобраны по результатам тестов, собеседований, а также рекомендаций от типографий и деканатов университета. Особое внимание было уделено студентам из регионов.

Изначально планировалось создать группу из 20 студентов, но в результате было отобрано 48. Нельзя не отметить большой интерес ребят к этому проекту. Большинство из них уже имеют четкое представление о том, чем они хотят заниматься в будущем и что ожидают от занятий на «Гейдельберг Курс».

Организаторы были приятно удивлены количеством целеустремленных способных студентов, интересующихся полиграфией всерьез — именно поэтому набранная группа оказалась практически вдвое больше, чем планировалось. Таким образом, идея создания курса была подтверждена реальной необходимостью такого проекта для начинающих полиграфистов и отрасли.

В специально разработанную учебную программу, по которой студенты будут заниматься вплоть до окончания университета, входят лекции по мировой и российской полиграфии, семинары и практикумы по продукции Heidelberg.

По окончании обучения всем студентам курса будут вручены сертификаты, а лучшие студенты пройдут стажировку в Германии и будут приглашены на работу в «Гейдельберг СНГ», а также рекомендованы ведущим типографиям — клиентам компании.



БОЛЬШОЙ ДЕБЮТ

В мае компания Goss объявила о начале поставок новой печатной машины с одинарной шириной полотна — Magnum. Она имеет двойную длину окружности цилиндров и способна печатать до 75 тыс. отт/ч. Конструкция модели обеспечивает высокое качество многокрасочной печати, скорость работы и высокий уровень автоматизации.

Серия Goss Magnum теперь включает две модели, одинарной и двойной длины окружности цилиндров, а также широкий спектр устройств самонаклада для газетной и «полукоммерческой» печати.

Новая модель может использоваться как сама по себе, так и в качестве дополнительных башен к уже действующей машине. Ее ключевым преимуществом является H-образное расположение печатных секций. Благодаря чему машина имеет минимальную высоту и проста в эксплуатации. В новой модели с двойной длиной окружности цилиндров используется монолитная станина с капельной смазкой подшипников как на рабочей стороне, так и на стороне привода, что продлевает срок эксплуатации машины. Также жесткая станина Goss Magnum обеспечивает точную настройку, проводку полотна и устойчивость к вибрациям.

BEREG.NET: ВСЕ ПО-НОВОМУ

В начале июня будет запущена новая версия интернет-сайта компании «Берег». Обновлен не только дизайн сайта, по сравнению с предыдущей версией, он имеет значительные функциональные преимущества. Изменена система навигации — теперь можно быстрее найти интересующую информацию, добавлены новые параметры выбора бумаги — по применению, по алфавиту, только новинки. Появился раздел «часто задаваемые вопросы». На сайте по-прежнему от специалистов компании можно получить ответ на любой вопрос, касающийся поставляемых «Берегом» материалов и работы с ними.

КБА Rapida 130 - 162 Большой формат



Готовьте место для новых гигантов

Со времени мировой премьеры машин Рапида большого формата на DRUPA 95 они завоевали значительный сегмент рынка. Большое преимущество машин типоряда Рапида обеспечивается благодаря высокой автоматизации, быстрой переналадке и непревзойденной универсальности запечатываемых материалов. Теперь начинается новая эра с новыми Рапидами-гигантами. Теперь с еще более высокой скоростью, с новым бескарданным листовым самонакладом с бесступенчатым подъемом стапеля, с новым пультом управления Эрготроник для опциональной интеграции в цифровые рабочие процессы JDF и со многими другими инновациями. Присоединяйтесь к нам и Вы будете навсегда очарованы нашими листовыми машинами большого формата.

ООО «КБА РУС»:

117313 Москва, Ленинский проспект, 95а

Тел.: (095) 132-59-55, 956-31-97, факс 937-52-45

E-mail: kba@co.ru Internet: www.kba-print.de

Сервисное бюро в Москве: тел. (095) 9362122, факс: (095) 937-50-67

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге: тел. (812) 164-45-00,

факс (812) 325-19-17



KBA

Koenig & Bauer AG



Александр АМАНГЕЛЬДЫЕВ
Издательство
«Курсив»
Генеральный
директор

ГАРТ: Александр, Вы недавно посетили Китай, кажется, это самый динамично развивающийся в мире полиграфический рынок. Как впечатления?

А. А.: Мы посещаем много полиграфических выставок по всему свету, а в этом году решили принять участие в самой авторитетной в Китае выставке ChinaPrint, чтобы воочию убедиться, насколько оправданы слухи о китайском рынке. И увиденное действительно поразило. В последние годы в китайской промышленности произошли огромные изменения. И полиграфия не исключение.

В первый же день мне в руки попался отчет о состоянии рынка, подготовленный Китайской Академией печатных технологий (в отличие от России, это не учебный, а исследовательский институт) совместно с профессиональной Ассоциацией печатных технологий. Цифры, приведенные в этом отчете, поражают как масштабом, так и динамикой. Вот скажите, сколько в России типографий?

ГАРТ: Если учитывать те, где есть минимум несколько «Ромайоров», то их, по нашим оценкам, от двух до трех тысяч.

А. А.: А в Китае их насчитывается около 95 тыс.! Исходя из того, что население

этой страны в 10 раз больше, чем у нас, в России типографий должно быть примерно раза в три-четыре больше.

ГАРТ: Ну, может быть, там очень много небольших полиграфических предприятий «районного масштаба»?

А. А.: По данным того же отчета, в прошедшем 2004 г. китайская полиграфия выпустила продукции на 32 млрд долл. Для сравнения: в США общий объем производства печатной продукции составляет около 170 млрд. Но в Китае уже несколько лет сохраняется устойчивый рост объема примерно на 20%. Разделим этот объем производства на количество полиграфических предприятий и получим, что средний оборот китайской типографии составляет более 300 тыс. долл. А какой объем производства у наших типографий?

ГАРТ: Есть разные оценки. Максимальная — 2 млрд долл. Хотя, если исходить из объема импорта бумаги и снижающихся цен на полиграфические услуги, реальный объем рынка может оказаться существенно меньше. Кроме того, есть разница между полиграфическими предприятиями в различных секторах рынка. Где-то печатают на бумаге, представляемой самим заказчиком, а где-то — наоборот, маржа «накручивается» и на бумагу, и на услуги. Нельзя этот параметр оценивать вот так, «скопом».

А. А.: Но даже при оптимистичной оценке в 2 млрд средний оборот российской типографии получается всего около 80 тыс. долл. в год — если исходить из того, что в России 2,5 тыс. типографий.

ГАРТ: Может, это «чудеса» социалистической экономики, специальная сис-

тема учета с существенным завышением объемов производства?

А. А.: Может быть, но вспомните, что было у нас на полках магазинов в эпоху расцвета социализма. А в Китае сейчас можно купить все, что угодно. Причем в любом магазине. Уровень исполнения упаковки для товаров массового потребления просто поражает. Даже товар локального производства стоимостью 2–3 долл. будет упакован в коробку из металлизированного картона, более того картон будет ламинирован специальной голографической пленкой, запечатан в 5–7 красок, да еще с конгревом и тиснением фольгой. В на-

Крупнейшие мировые производители полиграфического оборудования принимали участие в ChinaPrint, но совсем не в таких масштабах как на drupa или Print. Их стенды можно было сравнить со стендами на «ПолиграфИнтерере». А 65–70% экспозиционных площадей занимали китайские компании

шей стране подобная упаковка встречается крайне редко и то только для очень дорогих товаров (например, косметики).

Помимо картонной упаковки, в Китае очень популярна многокрасочная гибкая упаковка из металлизированных материалов. Если такая упаковка встречается в каждом магазине, то сколько же ее необходимо производить! При этом социалистическая система хозяйствования в Китае не поощряет импорт готовой печатной продукции, а значит, все печатают на территории страны. А если представить себе, что в Китае живет четверть населения земли, то китайская полиграфия приобретает просто огромные масштабы!

ГАРТ: А как обстоят дела с журналами и газетами?

А. А.: Здесь, впрочем, еще не все так хорошо, как в упаковке. Ассортимент и качество исполнения многих журналов оставляет желать лучшего. Хотя развитие идет очень быстрыми темпами. В Китае приходят известные издательства со своими международными торговыми марками. Количество средств массовой информации все увеличивается. И все это необходимо печатать. А если опять же вспомнить про население Китая, то становится понятно, какие у них тиражи. Причем китайцы считают, что объем выпускаемой печатной продукции на душу населения у них пока очень мал и, чтобы достичь уровня развитых стран, его надо увеличить может в семь, а может, и в пятьдесят раз (!).

ГАРТ: Да, потенциал большой. Для поставщиков оборудования рынок очень перспективный.

А. А.: В том-то и дело, что не очень. Для покупки оборудования за рубежом китайской типографии надо получить большое количество разрешений в самых разных инстанциях. Лишний раз это продемонстрировала ChinaPrint. Выставка эта локальная, ориентированная на китайский рынок. Конечно, крупнейшие мировые производители полиграфичес-

кого оборудования принимают в ней участие, но совсем не в таких масштабах, как на drupa или Print. Их стенды можно было сравнить со стендами на «ПолиграфИнтере». А примерно 65–70% экспозиции ChinaPrint занимали китайские производители. В Китае выпускают большое количество полиграфического оборудования.

Только офсетные печатные машины собственного производства на выставке продемонстрировали более 20 китайских компаний! Впрочем, машины эти самые разные. Довольно много простейших малоформатных однокрасочных и двухкрасочных — копий машин известных японских производителей. Выпускаются в Китае и большие многокрасочные машины, они оснащены центральными пультами управления, системой автоматической подачи краски и т. д. На выставке их показывали несколько фирм.

Машины ведущих китайских производителей производят более благоприятное впечатление как в плане конструкции, так и в плане внешнего вида. Это и понятно. Как выяснилось, они очень активно используют передовой европейский или японский опыт. Для изготовления полиграфической техни-

ки закупаются станки и оборудование у самых авторитетных зарубежных станкостроительных компаний. Из-за рубежа, например из Германии, приглашаются инженеры и конструкторы. А многие китайские компании, чтобы повысить качество своего оборудования, стали устанавливать на свои машины важные узлы, произведенные ведущими мировыми компаниями. Есть даже уникальные случаи, когда китайские фирмы приобретают известные мировые брэнды полиграфического машиностроения.

Вслед за европейскими и американскими производителями расходных материалов и бумаги, которые уже создали в Китае совместные предприятия и построили собственные производства, появляются первые ласточки и среди производителей оборудования. Например, американская компания Goss построила в Китае свой завод по производству рулонных машин.

ГАРТ: То есть с «местным» печатным оборудованием все хорошо?

А. А.: Насколько я понимаю, в Китае пока не выпускаются только рулонные машины с секциями газовой сушки для печати журнальной продукции и высококачественные широкорулонные мно-

ВПЕРВЫЕ В РОССИИ

ИЛЛЮСТРИРОВАННЫЙ ПОДРОБНЫЙ КАТАЛОГ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ

24/8 СТРАНИЦ

запасные части
для **всех видов**
полиграфического
оборудования

OKTOPRINT
SERVICE

www.oktoprint.ru

**КАТАЛОГ
БЕСПЛАТНЫЙ**

заказ по телефону:
+7 095 **510 1858**
по факсу:
+7 095 **510 1868**
по e-mail:
info@oktoprint.ru

**СДЕЛАЙТЕ
ВАШИ ОТНОШЕНИЯ
С КЛИЕНТАМИ
И ПАРТНЕРАМИ**

ТЕПЛЕЕ



**И
БЛИЖЕ!**



**ОРИГИНАЛЬНЫЕ И ТРАДИЦИОННЫЕ
СУВЕНИРЫ
для
ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ
КОМПАНИЙ**

- кружки и бокалы
- зонты и шотландские пледы
- рулетки и увеличительные линзы
- футболки и свитера
- портфели, саквояжи и дорожные сумки
- наборы для кабинетного гольфа и многое другое

Всего более 10 000 наименований со склада в Москве и под заказ

ЛЮБЫЕ ВИДЫ БРЕНДИРОВАНИЯ:
трафарет, тампон, деколь, термодеколь, доуминг, вышивка, гравировка

450-5001



www.alfa-design.ru | e-mail: info@alfa-design.ru

гокрасочные флексографские машины. Однако очень хорошо развито направление глубокой печати — подобное оборудование производят несколько компаний. Этим способом и печатают большие тиражи журналов и высококачественную гибкую упаковку.

Пока еще китайцам приходится импортировать оборудование для подготовки и гравирования цилиндров, но скоро, я думаю, и эту проблему местные производители смогут решить.

ГАРТ: А как дела в Китае с допечатным оборудованием?

А. А.: Ситуация здесь интересная. Оказывается, в стране довольно много производителей фотовыводных устройств и систем СТР. Впрочем, производство СТР пока находится на начальной стадии, что хорошо видно по рынку. За 2004 г. в стране было установлено около 320 СТР-систем, из них только 250 — импортных.

Что касается фотонаборного оборудования, которое уже несколько лет производится в Китае, то из-за рубежа ввезено всего 40 единиц фотонаборного оборудования, а произведено около 2000. Более того, свыше 850 единиц фотонаборного оборудования ушло на экспорт!

ГАРТ: Куда же?

А. А.: Как выяснилось, одними из основных потребителей китайского полиграфического оборудования являются страны Африки. Однако одним из приоритетных для китайских производителей считается российский рынок.

ГАРТ: Что еще интересного было на выставке?

А. А.: Интересного было много, например, раздел послепечатного оборудования. Это один из крупнейших секторов полиграфического машиностроения Китая. Местные производители выпускают самое разное отделочное оборудование: резаки; ниткошвейные, проволокошвейные машины и машины для бесшвейного скрепления; фальцевальное и крышкоделательное оборудование; оборудование для вырубки и склейки, оборудование для изготовления оснастки для высечки и многое другое. Как правило, все эти машины пооперационные, с ручным наладом. Правда, некоторые ведущие производители начали выпускать полностью автоматизированные линии для бесшвейного скрепления, вкладочно-швейно-резальные агрегаты и т. д.

ГАРТ: А как дела в Китае обстоят с бумагой и расходниками?

А. А.: В Китае, как минимум, десяток компаний производят офсетные плас-

тины, а некоторые даже и пластины для СТР, в том числе и фиолетовые фотополномерные. Количество же компаний, выпускающих краску, химию и запчасти, вообще не поддается счету. Много также местных производителей бумаги и картона.

ГАРТ: Получается, что Китай сегодня похож на Японию середины прошлого века. Китайцы постепенно изучают опыт ведущих мировых производителей, пока копируют их машины, но со временем все может измениться в другую сторону...

А. А.: Да, и не «может измениться», а изменится. И наша страна почувствует это одной из первых.

ГАРТ: Интересно, а российских посетителей на выставке было много?

А. А.: Да, много. И типографии, и поставщики оборудования и материалов.

ГАРТ: Как Вы оцениваете результаты участия издательства «Курсив» в этой выставке?

А. А.: Пока еще рано делать какие-то выводы, но интерес со стороны потенциальных рекламодателей был. Кроме того, мы представляли на выставке программные продукты Excourse, интерес к которым у китайцев оказался очень высоким.

MADE IN CHINA





СЮРПРИЗ, КОТОРЫЙ ЖДАЛИ

На выставке ChinaPrint 2005 японская компания Ryobi впервые продемонстрировала четырехсекционную модель новой серии листовых офсетных печатных машин формата А1 — Ryobi 920. В основе ее конструкции лежат решения, реализованные и обкатанные в полуформатных сериях Ryobi — 680-й и 750-й, завоевавших множество национальных и международных наград. В новой модели автоматизировано большое количество функций, что экономит время и ускоряет переналадку. Скорость печати составляет более 16 тыс. отт./ч. Максимальный формат запечатываемого материала в 920х625 мм с запечатываемым полем до 900х615 мм.

ТЕПЕРЬ И В PRINT SPACE

Новый комплекс допечатного оборудования установлен специалистами «Нисса» в московской типографии Print Space. В его составе: СТР-устройство Creo Trendsetter 800 II Quantum и система управления рабочими потоками Creo Prinergy Evo. Существенными преимуществами Trendsetter 800 II Quantum является механизм динамической автофокусировки и полная устойчивость к сбою индивидуального лазера.

Технология экспонирования SquareSpot обеспечивает воспроизведение «жестких» точек квадратной формы, идеальных как для традиционного, так и для стохастического растрования второго порядка — Staccato 20.

ЕСТЬ ПЕРВАЯ ТЫСЯЧА

В мае компания FujiFilm установила тысячную систему СТР Luxel с фиолетовым лазером. Юбилейным стало полностью автоматизированное устройство Luxel V-6 СТР формата В2, установленное в рекламном агентстве полного цикла «Kingfisher Press» (Великобритания).

Системы СТР Luxel были впервые представлены в 2002 г. на выставке IPEX. С этого момента интерес к ним стал стремительно расти, о чем сегодня свидетельствует уже 1000-ая инсталляция в мире. FujiFilm выпускает системы СТР серии Luxel V форматов В1 и В2 разной производительности и степени автоматизации. Все они построены по схеме с внутренним барабаном и используют для экспонирования фотополномерных пластин фиолетовые лазерные диоды.

Важным преимуществом для полиграфических предприятий является стратегия компании FujiFilm, направленная на обеспечение клиентов оптимизированными комплексными решениями, включающими оборудование, расходные материалы, программное обеспечение и технологическую поддержку.

На российском рынке СТР FujiFilm также находят своих покупателей. Компания «ЯМ Интернешнл», эксклюзивный поставщик оборудования и расходных материалов FujiFilm, совместно с ГУП ИПК «Чувашия» проведет 24 июня в Чебоксарах мероприятие, посвященное торжественной передаче в эксплуатацию системы FujiFilm Luxel Vx-9600 СТР.

ИПК «Чувашия» — один из лидеров отрасли. Залогом его успеха является высокое качество полиграфического исполнения выпускаемой продукции, а также своевременная модернизация производства.

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 рассылается ежемесячно в течение пяти лет. База данных постоянно обновляется.



GART DIRECT

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

Телефон/факс:
(095) 725 6001

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

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

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



«Финский синдром»

В середине мая стало известно, что финские производители бумаги временно закрыли свои фабрики. Произошло это из-за стихийных забастовок, которые, по мнению финской Федерации лесной промышленности (Forest Industries Federation), могут привести к неконтролируемому качеству производимой бумаги, выходу из строя оборудования и загрязнению окружающей среды. Рабочие протестуют против отмены нескольких выходных дней, в которые они традиционно не работали: Рождество и Midsummer Night's Eve — католический аналог Ивана Купалы, который отмечается в 20-х числах июня. Надо сказать, что производство бумаги — процесс, требующий высокой стабильности. Чтобы запустить линию после остановки и выйти на необходимый уровень качества бумаги, требуется от 8 до 24 часов. Это очень большие потери. А объем производства финских бумажных фабрик составляет 40 млн евро в день!

Профсоюз работников бумажной промышленности также возражает против намерения руководства концернов прибегнуть к услугам сторонних организаций для сокращения затрат на отдельных этапах производства. Такой шаг приведет к сокращению части 24-тысячной армии работников финского ЦБК.

Сначала предполагалось, что фабрики будут закрыты только две недели, с 18 мая по 1 июня, но 27 мая представители финской Федерации лесной промышленности (ФФЛП) пообещали продлить его еще на две недели (до 15 июня), а если соглашение с профсоюзом не будет достигнуто, то и еще на две недели. Президент ФФЛП говорит, что представители профсоюза не имеют единых требований к работодателям, а пока эти требования не будут сформулированы, договориться, видимо, не удастся.

Рабочие не получают зарплату, бумага не продается, стоимость акций падает, но руководство концернов и федерации полны решимости продолжить локаут. Правительство Финляндии уже заявило о том, что в связи со сложившейся ситуацией придется уменьшить прогнозируемый рост ВВП в этом году. Прямо какая-то революционная ситуация: верхи, низы...

КРУГИ НА ВОДЕ

Казалось бы, нам-то что беспокоиться? Ведь усилиями всех финских производителей бумаги можно удовлетворить нашу годовую потребность в бумаге всего за 10 рабочих дней. Но финская бумажная промышленность обеспечивает бумагой не только Россию, но и всю Европу. Каждый десятый финский работник занят в производстве различной продукции из древесины. Сама Финляндия является самой «заросшей лесами» страной в Европе. Это крупнейший европейский экспортер бума-

ги, уступающий только Канаде. А население Финляндии соответствует приблизительно населению Москвы.

На самом деле, Финляндия находится всего лишь на шестом месте среди стран, производящих бумагу. Но нас-то это не сильно волнует. Главное, что основной объем мелованных бумаг и картонов наша страна импортирует из Финляндии. И если фабрики не работают — бумаги не будет. Причем во всех крупных европейских странах есть собственные производства мелованной бумаги, а в России — нет.

Конфликт, конечно, скоро разрешится. Фабрики начнут производство и поторопятся удовлетворить потребности крупных потребителей в Европе и самой Финляндии. На нас бумаги, наверное, не хватит. Вот такой может возникнуть локаут в российской полиграфии. Причем без всякого участия правительства, таможенных или иных органов

Российский импорт складывается из двух частей: бумагу и картон в нашу страну ввозят бумажные оптовики, а также крупнейшие полиграфические производства, работающие с производителями бумаги напрямую. Оптовикам, видимо, проще — у них на складах обычно есть месячный запас бумаги. Журнальным типографиям и крупным производителям упаковки сложнее — о форс-мажоре никто не задумывается, поэтому все ограничиваются двухнедельным запасом.

О сложившейся ситуации мы поговорили с крупнейшими российскими типографиями, издательствами и бумажными оптовиками. По словам С. Власова, исполнительного директора типографии «Алмаз-Пресс», про-

блема очень большая. У этой типографии, которая печатает львиную долю журнальной продукции, производимой в России, на складе как раз только двухнедельный запас бумаги. И он скоро иссякнет, причем «нефинские» европейские производители бумаги не спешат принять нового клиента — у них тоже загрузка выросла. А для того, чтобы перейти на «неевропейских» производителей бумаги, российской типографии потребуется несколько месяцев.

Представьте себе, что в зависимости от того, как будет развиваться ситуация в дальнейшем, концернам во втором полугодии придется компенсировать 1/24, 1/12 или даже большую долю годового объема производства. А если верить представителям производителей, загрузка 90% — норма для европейских бумажных производств. В общем, дефицит мелованной бумаги все равно возникнет. В результате обязательно вырастут цены.

Кстати, интересное мнение о сложившейся ситуации высказал К. Усов из компании «Берег». Он считает, что производители бумаги намеренно создали такую ситуацию именно для того, чтобы повысить цены. Интересная

СТРАНЫ-ЛИДЕРЫ ПО ОБЪЕМАМ ПРОИЗВОДСТВА БУМАГИ И КАРТОНА (2003 г., млн т)

США	80,2
Китай	41,7
Япония	30,3
Канада	20,1
Германия	19,3
Финляндия	13,1

ИСТОЧНИК: FINNISH FOREST INDUSTRIES FEDERATION

мысль, которую представители производителей активно отвергают! Вот только оптовики и типографии все больше склоняются именно к ней. Согласитесь, отмена двух выходных — смешной повод для такой масштабной забастовки.

Конфликт, конечно, скоро разрешится. Фабрики начнут производство и поторопятся удовлетворить потребности крупных потребителей в Европе и самой Финляндии. На нас бумаги может не хватить. Вот такой может возникнуть локаут в российской полиграфии. Причем без всякого участия правительства, таможенных или иных органов. Хорошо, если просто выра-

стет цена мелованной бумаги, а то ведь могут и журналы перестать выходить...

НАШ ФИНСКИЙ ПРОФСОЮЗ

Не успели мы свыкнуться с мыслью, что бумага в Финляндии не производится, как поступила информация о том, как забастовали финские... таможенники. Причем, забастовали именно на финско-российской границе — по их мнению, это заставит правительство страны быстрее решить проблему повышения их зарплаты. На что правительство Финляндии заявляет, что оно может быть и было готово рассмотреть требования бастующих, но они пока конкретных требований не выдвинули.



КОМПАНИЯ АЛЕКСАНДР БРАУН

Новые дизайнерские материалы с флокированной поверхностью:
EDO ORIGINAL, EDO CANVAS, EDO PLAIN.
Предназначены для различных способов печати и широкого спектра
других полиграфических процессов.

105264, г. Москва, ул. 9-я Парковая, д. 37, к. 2
тел.: (095) 737 6969, факс: (095) 965 7393
www.abraun.ru, e-mail: post@abraun.ru

Теперь безмятежные издатели, которые печатали свои издания в Финляндии, внезапно столкнулись с большой проблемой. Как же теперь все еженедельники: «7 дней», «Итоги», «Коммерсант» и «Эксперт» попадут в Россию? Хотя можно, конечно, найти обходные маршруты, например, использовать паромы, но пока они доплывут...

Представитель одного издательства сказал, что они даже подумывают начать печатать свой общеэкономический еженедельный журнал в России. Вот он, звездный час наших типографий! Можно уже начинать возить бастующим финнам горячую еду и холодную водку. Они ведь просто способствуют подъему нашей полиграфии. Правда, постойте. А на какой бумаге наши типографии будут печатать эти журналы? На той, которую не производят бастующие финские фабрики? А если они ее и начнут производить, то грузы не пропустят те же самые финские таможенники. Нет, идея насчет водки была несколько преждевременной. Пока рано. Надо там сначала создать правильный профсоюз, который займется развитием российской полиграфии и четко сформулирует необходимые нам требования.

МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Глобализация продолжается: издательства выходят на новые рынки, типографии идут за ними, но в нашу страну международные печатники журналов пока не пришли. Серьезный издательский бизнес — вещь непростая. Только единицы российских издательств могут конкурировать с уже давно обосновавшимися у нас западными издателями.

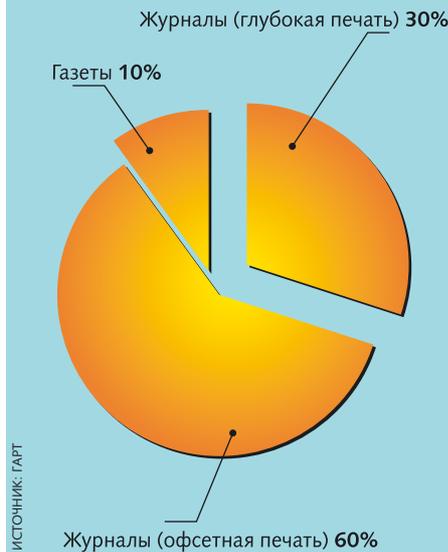
Хотя российский журнальный рынок все же претерпевает серьезные изменения, таможенная статистика — хороший индикатор всего происходящего. Если еще два-три года назад рынок строго делился на две части: гляцевые журналы (прибыль за счет рекламы) и остальные (прибыль от продаж), то сегодня все перемешалось. Остаются, конечно, толстые женские и чуть потоньше мужские журналы, которые печатаются тиражами намного меньше заявленных, есть и недорогие издания, которые продаются миллионными тиражами. Но появилось и что-то среднее. Например, новый женский гляцевый журнал в миниформате, реальный тираж которого в 1,5 раза превышает заявленный. Представьте, вместо заявленных 450 тыс. в Россию было ввезено 730 тыс. экз. одного из номеров. Вроде

бы нелогично. Предоставьте рекламодателям документы о реальном тираже и получите дополнительные дивиденды... Но у серьезных издателей, видимо, логика своя.

Рекламодатели же ориентируются только на рейтинги изданий, предоставляемые компаниями, специализирующимися на исследованиях рынка. Фактические тиражи их, по всей видимости, не интересуют. Насчет объективности этих самых рейтингов тоже можно поспорить. Нам кажется, что даже самый интересный мужской журнал не может при реальном тираже чуть больше 100 тыс. экз. иметь читательскую аудиторию более 800 тыс. человек. Если только библиотека каждой воинской части не приобретает по экземпляру...

Тем не менее, реальные тиражи увеличились, появились и новые журналы, которые печатаются за рубежом. Рынок развивается, и пик его развития, видимо, пока еще не наступил.

РОССИЙСКИЕ ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ, ПЕЧАТАВШИЕСЯ ЗА РУБЕЖОМ В 2004 г.
(общий объем импорта 98 тыс. т)



ИСТОЧНИК: ГАРТ

ДИНАМИКА ИМПОРТА В РОССИЮ ЖУРНАЛЬНОЙ И ГАЗЕТНОЙ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ, А ТАКЖЕ РУЛОННОЙ ЛЕГКОМЕЛОВАННОЙ БУМАГИ
(тыс. т)



ИСТОЧНИК: ГАРТ



В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ



СЕРИЯ ADAST 707:

ФОРМАТ 485x660, КРАСОЧНОСТЬ 2,4,5, СКОРОСТЬ ДО 10 000

- >> Новая серия Adast 707 признана экспертами одной из самых удачных разработок Adast в данном формате, воплотила в себе наиболее прогрессивные технические решения, имеет высокую степень автоматизации и минимально короткое время для подготовки машины к работе.

СЕРИЯ ADAST 807:

ФОРМАТ 520x740, КРАСОЧНОСТЬ 2,4,5,6, СКОРОСТЬ ДО 12 000

- >> Новая серия 2005 года — Adast 807 представляет современные высокопроизводительные машины тяжелого класса, которые обеспечивают высокое качество печати, а также оптимальное соотношение цены и производительности.



**ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ
СИСТЕМЫ**

125190 Россия, Москва,
Ленинградский проспект 80, д. 20
Телефон: +7 095 780 5450
Факс: +7 095 780 5452
E-mail: printsys@printsys.ru
www.printsys.ru



Speedmaster SM 102 – точность от начала до конца

Heidelberg, крупнейший поставщик решений для полиграфической промышленности, представляет Speedmaster SM 102 – новый уровень технологии от самонаклада до приемки. Усовершенствованные покрытия печатного цилиндра Perfect Jacket Plus и передаточных барабанов Transfer Jacket Plus предотвращают переход краски на рабочие поверхности печатной машины, сокращают время на смывку, что ведет к превосходному результату и повышению производительности, а также обеспечивают высокую рентабельность инвестиций. Концепция "One Pass Productivity", обеспечивающая наивысшее качество печати, позволит вам выполнять двухстороннюю печать красочностью 6+6 за один прогон, а также оценить преимущества богатого опыта компании Heidelberg в области полиграфического машиностроения и нацеленность на поиск новых передовых технологических решений.

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