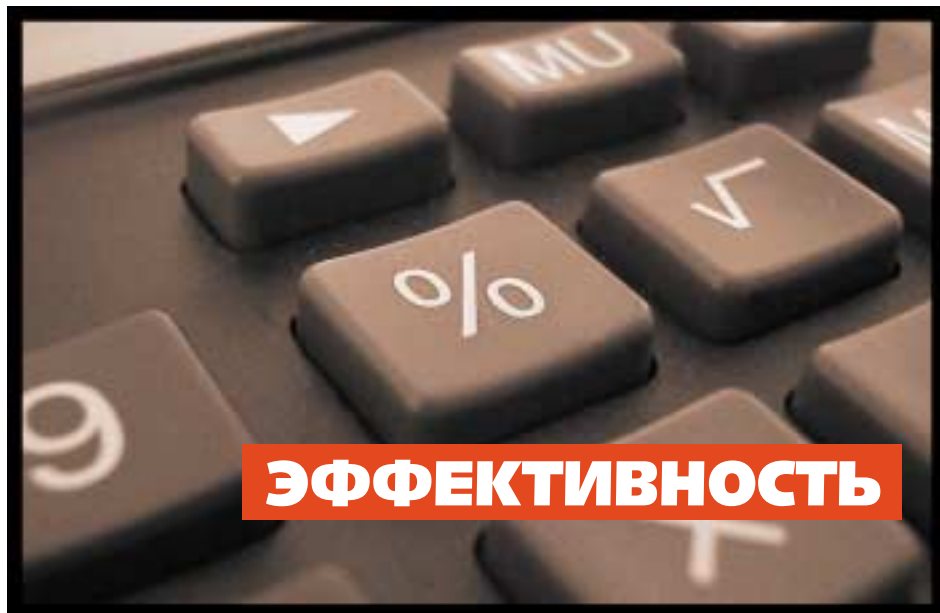


ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 8(39) | АВГУСТ 2003

**РЫНОК
ПЛАСТИН**

с. 22



В НОМЕРЕ:

КСЕРОКС	3
НОВОСТИ	6
ПОСТАВЩИКИ	
AGFA	8
AXIO	9
ВИП-СИСТЕМЫ	10
МАКЦЕНТР	12
НИССА	14
PRINTHOUSE	16
РЕАЛАЙН	18
ТЕРЕМ	20

У поставщиков есть свои планы, в соответствии с которыми и импортируются материалы. Актуальные продажи и поступление средств на счета продавцов могут очень сильно отличаться от объемов импорта

А. Романов (с. 3)

При работе в ритме газетного производства расходные материалы — большая проблема, и наши технологи очень внимательно подходят к их выбору

Я. Соскин (с. 5)



**Яков
Григорьевич
СОСКИН**

ОАО ПО «Пресса-1»

Председатель совета директоров

ГАРТ: Яков Григорьевич, расскажите, как дела на «Прессе-1»?

Я. С.: Все идет по плану. Мы продолжаем переоснащение производства. Установлены четыре новые листовые печатные машины. Работают две новые газетные машины Uniset. Всего десять рулонных зарядок и четыре фальцаппарата. Одна башня снабжена газовой сушкой для печати на мелованной бумаге. Планируем установить еще две машины для печати черно-белых газет.

ГАРТ: Неужели газетный рынок имеет такой большой потенциал?

Я. С.: На этом рынке, как и на любом другом, надо просто предложить услугу, которую никто другой предложить не может. Мы это сделали, и я не могу сказать, что сегодня нам приходится с кем-то всерьез конкурировать. Пока еще нет ни одной типографии, которая смогла бы печатать и экспедировать до

десяти цветных ежедневных газет. Мы — единственные.

ГАРТ: Но на этот рынок приходят новые типографии, с большими мощностями.

Я. С.: Все очень просто: чем больше будет установлено машин, тем больше издателей будут делать цветные газеты. Постепенно их потребности перерастут возможности не самых больших типографий, и издатели придут к нам. Такие примеры уже есть, и чем дальше, тем их будет больше.

А вообще, наличие машины не определяет возможности типографии, ведь печать ежедневных газет — очень специфический бизнес. Мало кто сможет выдержать сроки так, чтобы не было «час влево, час вправо». Вроде бы, та же бумага, те же пластины и краска, но продукт совершенно другой. Для него требуется совсем другой ритм, другая **организация производства**. Нужно не только дополнительное оборудование, но и опытные люди. Откуда может взять людей новая типография? Переманить одного-двух на руководящие должности? Но это совсем не значит, что производство будет организовано нормально, что оборудование будет использоваться эффективно.

(Продолжение на с. 4)

БУМАГА

ДЛЯ МАССОВЫХ ИЗДАНИЙ



тел.: 729-54-64

МастерМатт	_____	80 г/кв.м
Мультифайн	_____	70-130 г/кв.м
Галери Арт	_____	80 и 90 г/кв.м
Космопринт	_____	80 г/кв.м

ГАРТ**Новости. Регулярно и компетентно.**

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

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Ведущий редактор: Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:

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

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Подписано в печать: 29.08.2003

Отпечатано в типографии «Август Борг»

Москва, ул. Верхняя Первомайская,
д. 47, корп. 11

Телефон: (095) 965 0319, 965 0320

Заказ № 4697

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2003

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

**ХОРОШЕЕ СЛОВО**

Хотя темой этого номера являются расходные материалы, на обложку мы решили вынести другое слово: «эффективность». Нам кажется, что именно оно в настоящий момент должно определять подход полиграфистов к построению всех этапов производства, в том числе и к выбору расходных материалов. В серьезных типографиях должны считать и время, и деньги.

Что такое эффективность российского полиграфического предприятия сегодня? Нам повезло — Я. Г. Соскин смог уделить время для интервью ГАРТ, чтобы рассказать о том, как развивается «Медиа-Пресса» — крупнейшее в России полиграфическое предприятие. Для него «эффективность» — совсем не пустое слово.

Теперь о расходных материалах. Мы опять подсчитали импорт в Россию офсетных пластин. Судя по всему, он не изменился по сравнению с таким же периодом прошлого года. Можно предположить, что на объем импорта сильно повлиял майский таможенный кризис, поскольку статистика показывает, что импорт пластин в этом месяце сократился многократно.

Кстати, для самопроверки мы подсчитали еще и импорт мелованных бумаг и картонов. Объемы также оказались очень похожими на прошлогодние. В первом полугодии этого года импортировано 68,47 тыс. т мелованной бумаги. Всего на 310 т больше, чем за такой же период прошлого.

О чем это говорит? Конечно, далеко идущие выводы делать пока рано, тем не менее, рынок, видимо, стабилизируется, и его стохастическое развитие прекращается. На самом деле, импорт лишь частично характеризует объемы продаж. У поставщиков есть свои планы, в соответствии с которыми и импортируются материалы. Актуальные продажи и поступление средств на счета продавцов могут очень сильно отличаться от объемов импорта.

Оценить затоваренность складов невозможно, но, что касается пластин,

то во время кризиса многие поставщики, по нашим данным, практически исчерпали свои складские запасы.

Надо сказать, что есть бумажные оптовики, которые не согласны с нашими оценками. По их мнению, реальный рынок мелованных бумаг больше. Разница возникает за счет серых импортеров, которые декларируют заво-зимый товар по другим кодам ТН ВЭД.

Должен сказать, что при сегодняшнем положении дел на таможне мне это кажется достаточно сомнительным. Хотя мы все-таки живем в России, и у нас возможно все.

Заодно с подсчетом рынка пластин для СТР мы посчитали и все реально установленные в типографиях на конец августа системы СТР. Оказалось, что их всего 27. Термальных — 14, фиолетовых — 8. Среди производителей лидирует Creo — 9 устройств.

По всей видимости, тема эта сегодня интересует всех, потому что наш разговор с поставщиками расходных материалов постоянно переключался на продажи систем СТР. Судя по их словам, до конца года будет установлено еще не менее десяти устройств. Их общее число их может вырасти до сорока, а ведь еще год назад фактически было всего пять.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

СЕНТЯБРЬ 2003:
ОПЕРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ОКТАБРЬ 2003:
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ

НОЯБРЬ 2003:
КАДРЫ В ПОЛИГРАФИИ

ДЕКАБРЬ 2003:
БУМАГА

AUGUSTBORG

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: типография
«Август Борг»

Комус

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

Яков Григорьевич СОСКИН

(Продолжение. Начало на с.1)

Есть пиковая загрузка газетной типографии, печатающей ежедневные газеты — с восьми вечера до трех часов утра. После трех часов отпечатанные ежедневные газеты уже никому не нужны. Система распространения через почту диктует свои условия. Можно, конечно, создать собственную систему распространения, но она стоит очень больших денег.

Газетная типография — это комплекс. И мы не дали такому комплексу, как «Медиа-Пресса», разрушиться. Разработали концепцию развития производства. Техника — это вещь вторичная, нужна идея.

ГАРТ: Вы имеете в виду «настоящие» полноцветные газеты, а не те, которые используют просто цветные плашки?

Я. С.: Да, конечно. Как только проект становится коммерческим, весь «псевдоцвет» заканчивается.

Чем выше будет становиться уровень доходов населения, тем больше будут расти рекламные бюджеты в печатных СМИ. Пока макроэкономическая ситуация такова, что у людей нет денег, и все бесплатно смотрят телеви-

зор. Но постепенно все изменится. Сегодня в России уже происходит перераспределение рекламных бюджетов в сторону печатных СМИ. Посмотрите, какая ситуация сложилась на рынке журналов!

А самые дешевые и доступные с точки зрения рекламы СМИ — это газеты, поэтому перспективы газетного рынка очень хорошие, объемы рекламы станут больше. А когда речь идет о рекламе, здесь уже без вариантов нужна нормальная цветная печать.

Конечно, будут расти и черно-белые газеты. Но комплектовать их цветными вкладками — тоже путь получения дополнительной рекламы. Именно поэтому мы и покупаем машины для черно-белой печати.

ГАРТ: На «Медиа-Прессу» перешел из финской типографии «Спид-Инфо»?

Я. С.: Да, это издание теперь печатается у нас. Они получили новые технологические возможности, сократили время от подписания макета до тиража. В Финляндии так никогда бы не получилось. Выходят теперь, кстати, не один, а два раза в месяц. Все благодаря тому, что появилась такая возможность.

ГАРТ: Яков Григорьевич, скажите, а тиражи ежедневных газет возрастают?

Я. С.: Все по-разному. Но есть ежедневные газеты, в том числе цветные, которые очень активно развиваются. Есть пример, когда газета за три месяца с нуля достигла стабильного тиража 170 тыс. экз. Это для ежедневного издания сегодня много.

ГАРТ: Говорят, Вы планируете создать производство журналов глубокой печатью?

Я. С.: Да, мы объявили об этом. Решили опять предложить на рынке услугу, которой сегодня нет. Приобрели в Бельгии оборудование действующей типографии. Две машины глубокой печати, все необходимое для производства цилиндров. Полностью весь процесс. Все это скоро придет в Москву и будет установлено здесь же, на производственных площадях «Прессы-1».

ГАРТ: Мы в свое время делали оценку импорта журнальной продукции, отпечатанной способом глубокой печати. Получилось не очень много: около 20 тыс. т.

Я. С.: Это только то, что есть сегодня на рынке. Мы рассчитываем, что печатаемые сейчас за рубежом издания составят не более 20% от загрузки нового производства. Есть очень много проектов, которые ждут этой технологии — новые или уже существующие издания, которые перейдут на глубокую печать, как только появится такая возможность. Кроме того, мы сможем дешево печатать большими объемами рекламные издания и вкладки. Это повлечет за собой развитие рынка.

ГАРТ: Предполагаете, что все, кто печатается за рубежом, придет к Вам?

НОВЫЙ ЦЕХ
ЛИСТОВОЙ ПЕЧАТИ
С ЧЕТЫРЬМА
МАШИНАМИ
MAN ROLAND,
СРЕДИ КОТОРЫХ
ЕСТЬ
ДЕСЯТИКРАСочная

НОВОЕ ГАЗЕТНОЕ
ПРОИЗВОДСТВО



СПРИНГЛАЙН
расходные материалы для
производства календарей и тетрадей

RENZ
переплетное оборудование для
производства календарей и тетрадей

HSM
прессы для макулатуры

КОПИТАН
125047, Москва, 1-я Тверская-Ямская, дом 29, строение 2
(095) 251-0042
www.kopitan.ru



Я. С.: Если мы реально предложим услугу за меньшие деньги, в чем я не сомневаюсь, то не думаю, что кто-то откажется.

ГАРТ: Вероятно, Издательскому дому «Бурда» будет очень удобно, если типография глубокой печати будет находиться через дорогу от него?

Я. С.: Конечно. Я могу сказать больше: ряд крупнейших издательств, работающих в России и имеющих собственные производства глубокой печати на Западе, узнав о том, что мы занимаемся новым проектом, обратились к нам с инициативой принять в нем участие.

ГАРТ: Но «Медиа-Пресса» и сейчас имеет мощности по производству журналов. Правда, машины офсетные.

Я. С.: Это сложно назвать журнальным производством. Машины имеют нестандартный «советский» журнальный формат. Нам больших трудов стоило более или менее эффективно загрузить их. На этом рынке работать сейчас совсем неинтересно, поэтому мы и «перепрыгнули» его, перейдя к глубокой печати.

ГАРТ: Но рынок глянцевого журналов растет?

Я. С.: Хотя мощности по журнальной рулонной печати установлены на сего-

дня очень большие, используются они неэффективно. Влезать в эту нишу не имеет смысла. Говорить о светлом завтра, в расчете на те журналы, которые печатаются за рубежом, можно долго, но какая эффективность у них получится, когда они эти издания начнут печатать? Ведь поставить оборудование особых проблем нет, а вот правильно организовать производство...

Все по аналогии с ежедневными газетами — если журнал один, то ничего, а вот два и больше — уже проблема.

ГАРТ: А система СТР с потребностями новых машин справляется?

Я. С.: Да, вполне. Она делает до 96 форм в час, нас это вполне устраивает. Благодаря СТР у нас от подписания в печать последних полос и до начала печати тиража проходит 15–20 мин. Это тоже пример эффективной организации производства, то преимущество, которое мы предлагаем издателям.

Правда, мы планируем начать делать на СТР и формы для черно-белых газет. Видимо, одной системы в этом случае уже будет мало.

ГАРТ: Вы же крупнейший потребитель расходных материалов. Их просто вы-
бирать?

Я. С.: При работе в ритме газетного производства расходные материалы — большая проблема, поэтому наши технологи очень внимательно подходят к их выбору. Например, газетная бумага. При печати в цвете на больших скоростях от нее очень многое зависит. После долгих экспериментов и работы с разными бумажниками мы выбрали одного производителя и всех, за исключением трех заказчиков, перевели на свою бумагу. Зато теперь уверены в том, что потери времени, связанные с переналадками и обрывами бумаги, сведены к минимуму.

ГАРТ: Мы беседовали с Вами два года назад. Тогда на «Прессе-1» работало около 2 тыс. человек. С тех пор что-нибудь изменилось?

Я. С.: Конечно изменилось, но не в общей численности работающих. Перестройка продолжается, на некоторых участках нам приходится держать больше специалистов, на некоторых — меньше. Самое главное, что у нас нет цели сократить число работающих. Если надо, где-то сократим, а где-то наберем еще людей. Еще раз подчеркну, что все подчинено главной цели — создать эффективное производство.

SCREEN
MEDIA TECHNOLOGY

Термальные СТР — безошибочный вывод

- Новая технология экспонирования — GLV
- Множество форматов, разные уровни автоматизации
- Встроенная система пробивки штифтовых отверстий
- Алгоритм Spekta screening
- Система управления рабочими потоками TrueFlow
- Пластины не требуют специального освещения



PlateRite 4000
PlateRite 8000
PlateRite Ultima

HGS
GROUP

www.hgs.ru

Москва 117292 ул. Дмитрия Ульянова, д. 6
тел.: (095) 737 6270, факс: (095) 125 2240

В СЛОВАРЬ ПОЛИГРАФИСТУ

GLV — Grating Light Valve (УПРАВЛЯЕМАЯ СВЕТОВАЯ РЕШЕТКА). Состоит из сотен микроскопических отражающих полосок, нанесенных на полупроводниковый кристалл. Полоски могут смещаться вверх или вниз и либо отражать, либо рассеивать направленный на них лазерный луч. Применив технологию GLV, фирме Dainippon Screen удалось создать 512-канальную экспонирующую головку. Полоса экспонирования при такой технологии получается достаточно широкой, и пластины даже очень больших форматов экспонируются быстро и с высоким качеством.



СКОРОСТЬ

19 июля в подмосковной Черноголовке уже в четвертый раз стартовало мероприятие для любителей автомобилей и экстремальных русских дорог под названием «Александр Браун — Трофи», генеральный спонсор которого — компания «Александр Браун».

Напомним, что у участников трофи-рейда есть 24 часа, чтобы преодолеть как можно больше спецучастков и благополучно добраться

до финиша. В этом году в соревновании приняли участие более 70 экипажей из всех концов России. Да и само мероприятие давно уже приобрело иной статус: из клубного соревнования оно превратилось в один из этапов чемпионата России по трофи-рейдам.

Те, кто не сумел выбрать в Черноголовку и наблюдать за всем происходящим в непосредственной близости, имели возможность следить за ходом соревнований в on-line режиме на шести интернет-сайтах.

И еще одно событие, которое не должно остаться незамеченным на фоне спортивных состязаний: с 21 июля терминал компании «Александр Браун» по резке ролевых самоклеящихся материалов работает на новом месте — в городе Реутов. Терминал расположен близко к МКАД, что положительно скажется на сроках доставки материалов.



2D-РЫБА

31 июля члены Клуба 2D собрались в ресторане «Рыбачья деревня» на очередное закрытое заседание, посвященное определению «лучшего рыбака полиграфии». Самую красивую рыбу поймал директор издательства «Триада ЛТД» Е. Троценко, в номинации «Самая большая рыба» победила О. Захарова из «Межбанка», а самым активным рыбаком была признана М. Шинкевич — директор типографии «Мюрэл». Самым удачливым без возражений был признан С. Ищенко из «Линии График» — ему попался осетр весом почти 5 кг.

ХОРОШИЕ НОВОСТИ

В июле состоялся запуск комплекса послепечатного оборудования в типографии «Владимир Полиграф», специализирующейся на производстве газет и листовой продукции. Руководство типографии остановило свой выбор на ВШПА HSB 5000, резальной машине Wohlenberg модели cut-tec 76 и комбинированной фальцевальной машине модели GUK K 50/4. Поставку и запуск комплекса послепечатного оборудования осуществила группа «Нисса».

С 1 августа по 1 ноября в рамках маркетинговой программы «Quantum Качества», организованной группой «Нисса», все желающие могут бесплатно изготовить тестовые пластины на термальных СТР Creo. Для участия в программе достаточно заполнить анкету, которую можно получить у специалистов «Ниссы» или на сайте компании.



РОССИЙСКАЯ МАРКА

ОФСЕТНЫЕ ПЛАСТИНЫ

- **толщина 0,15 и 0,3 мм**
- **высокая тиражестойкость 150 тыс. оттисков без термообработки**
- **всегда на складе**
- **любой формат по желанию заказчика**
- **гибкая система скидок**
- **консультационная и сервисная поддержка**

www.polygr.ru

ФГУП "Полиграфические ресурсы"
Москва, ул. Петровка, д. 26, стр. 3
Тел.: (095) 200-46-85, 923-65-30
Факс: (095) 924-24-33
form@polygr.ru, info@polygr.ru

Филиал "Зарайский офсет"
Тел.: 234-20, 222-08
Факс: 234-18, 234-19
Код для Москвы и Московской области: (266)
Для регионов: (09666)

Беларусь: г. Минск, ИП Сидорецкий А.А.
(10-37-517-2) 84-51-93, 84-49-95
г. Санкт-Петербург, ООО "Талар"
(812) 315-68-69, mail@talar.ru

Полиграфические РЕСУРСЫ



НЕОДНОЦВЕТНОСТЬ

В ассортименте «Комус» появилась коллекция дизайнерских бумаг французского производства Canevas. Особенность этих бумаг — тиснение фетровой тканью, напоминающее мельчайшие лапки еловых веток.

Оттенки Canevas получаются окрашиванием целлюлозы, за счет чего достигается свежесть и интенсивность цветовой палитры. Большинство бумаг коллекции имеют разную окраску лицевой и оборотной поверхностей. В коллекции присутствуют: экстрабелый, темно-синий, антрацит, лаванда, розовый, желтый и зеленый в различных сочетаниях.

Двухцветность Canevas достигается за счет склеивания двух различных по окраске полотен бумаги, поэтому степень ее жесткости высока. Плотность при этом составляет от 240 до 295 г/м².

Волокнистый состав придает Canevas высокую пухлость и мягкость, что позволяет применять тиснение, конгрев, резку и фальцовку. Особый эффект можно получить при изготовлении открыток типа «книжка» с вырубкой на лицевой обложке. Различная окраска поверхностей позволит сэкономить средства, так как не потребуется расходовать краску на «заливку» открытых страниц.

Кроме Canevas, ассортимент «Комус» расширился еще на две коллекции дизайнерских бумаг производства Франции — Cromatico и Evanescent.

ВСЕ В ПОРЯДКЕ

12 августа были названы имена победителей конкурсов «Лучшее полиграфическое воплощение» и «Лучший покупатель», посвященных коллекциям «Конкуэрор» и «Кириус». «Лучшим покупателем» стала питерская компания «Грейт Принт». На конкурс «Лучшее полиграфическое воплощение» было представлено более 80 работ, и одно из главных призовых мест было отдано компании из СПб — дизайн-студии «Креатив». Вторым обладателем главного приза стала московская компания «ССН Дизайн». Победителей двух конкурсов уже в октябре ожидает знакомство с одной из фабрик «Арджо Виггинс» и достопримечательностями Шотландии.

Старая мудрость гласит, что сложнее всего не попасть на вершину Олимпа, а удержаться на ней. В августе Группа Компаний «Регент» прошла надзорный аудит и рекомендована к продлению сертификата на соответствие стандарту ISO 9001. В рамках аудита были проведены проверки в различных дивизионах ГК «Регент». По результатам проверки не было выявлено ни одного нарушения.

ОФИЦИАЛЬНОЕ ЗАЯВЛЕНИЕ ХГС

12 августа с. г. «Центр ХГС» объявил о том, что прекращает розничную торговлю расходными материалами, в связи с чем руководитель этого направления, заместитель генерального директора ХГС С. Галкин переходит во вновь созданную фирму, которая будет заниматься оптовыми поставками расходных материалов.

Ни одна из типографий-клиентов не пострадает от этого решения — ХГС продолжит выполнение своих обязательств по уже заключенным контрактам до полного их исполнения.



Поражаем Воображение!

ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



PRINTHOUSE — МОСКВА
TEL: (095) 937-5151, 937-5156
PRINTHOUSE — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
TEL: (812) 449-3794, 449-3795
PRINTHOUSE — ЧЕЛЯБИНСК
TEL: (3832) 29-9380, 29-9361
PRINTHOUSE — УФА
TEL: (3432) 56-9026
PRINTHOUSE — ЮГ
TEL: (8632) 52-6704, 58-9778
PRINTHOUSE — КАЗАНЬ
TEL: (8432) 99-7820, 99-7821

Akzo Nobel Inks
FROM THE FIRST IMPRESSION



**Дмитрий
АРБУЗОВ**

AGFA

Руководитель отдела
графических систем

ГАРТ: Дмитрий, расскажите, как работает на рынке расходных материалов?

Д. А.: Можно сказать, что дела идут лучше, чем мы ожидали. По пластинам наша доля на российском рынке не менее 12%, она соответствует импорту пластин Kodak Polychrome, производимых в Германии. У FujiFilm, по Вашим оценкам, получается достаточно большая доля. Мне кажется, что она должна быть несколько ниже. Доля же болгарского Polychrome, на мой взгляд, занижена.

ГАРТ: То, что Вы говорите о доле AGFA, не противоречит нашим данным, ведь в исследовании все еще остается сектор «Германия», в котором наверняка есть пластины этой марки.

Д. А.: Я могу сказать, что наш план по пластинам при той ситуации, которая складывалась в начале года, я оценивал как невыполнимый. Но сегодня уже ясно, что мы его перевыполним. Я бы согласился с такой оценкой, если бы рынок существенно вырос, а этого, видимо, не произошло.

Надо отметить еще и то, что ситуация с производством традиционных пластин AGFA существенно улучшилась. Ведь не секрет, что для AGFA сегодня приоритетным является производство пластин для СТР. По традиционным пластинам у нас на сегодняшний день три дилера, самым активным из которых является «МакЦентр».

ГАРТ: Интересно, а есть у Вас план продаж по пластинам для СТР?

Д. А.: Есть, и он уже перевыполнен. Скажу по секрету, что в прошлом году план по этим пластинам нам выполнить не удалось. Мы ожидали всплеска в продажах СТР в прошлом году — рассчитывали на две установки устройств, которые не состоялись.

ГАРТ: Но в этом году с установками, видимо, никаких проблем нет?

Д. А.: Да, всплеск оказался даже больше, чем мы ожидали. Продажи СТР идут очень хорошо. Соответственно, и продажи пластин выросли в несколько раз. Год назад, в предыдущем интервью я говорил о том, что перспективы

СТР в России очень неплохие. Но при этом чуть-чуть опередил события. Теперь же никто не будет спорить с этим утверждением.

ГАРТ: Интересно, а что происходит с продажами фотовыводных устройств?

Д. А.: Ситуация, которая здесь сложилась, лишний раз подтверждает то, что у систем СТР хорошие перспективы. Конечно, наши дилеры продают фотовыводные устройства, но в последнее время с этим становится все сложнее. Несколько клиентов, которые планировали приобрести фотонаборы, после некоторого раздумья либо отложили принятие решения, либо решили приобретать СТР.

ГАРТ: Говорят, AGFA прекратила производство фотовыводных устройств?

Д. А.: Да, это так, но на складах они есть, их можно приобрести. Ведь потребность в этих устройствах все еще существует. Но продаваться все больше и больше будут системы СТР.

ГАРТ: Как дела на рынке пленки?

Д. А.: Ситуация не изменилась, у пленки AGFA подавляющее преимущество на рынке. По моим оценкам, доля — не менее 70%. В прошлом году объем продаж был самым большим за всю историю AGFA в России. Наша цель в этом году — чтобы он не уменьшился. Пока нам это удастся. Наверное, иметь большую долю рынка нам и не нужно.

ГАРТ: Основные дилеры по пластинам для СТР у Вас «Терем» и «МакЦентр»?

Д. А.: Да, это компании, которые могут продавать пластины для любых устройств, установленных в России. Есть и другие поставщики, например, «ВИП-Системы», которые имеют право поставлять пластины AGFA для проданных ими устройств СТР. Причем они имеют на это своего рода эксклюзив. В том смысле, что другие наши дилеры в течение гарантийного периода не должны предлагать пластины для устройств, проданных компанией «ВИП-Системы». Такова позиция AGFA, ведь пока технологии СТР еще не устоялись, лучше, чтобы владелец устройства решал все проблемы с одним поставщиком. Все должно быть «из одних рук», тогда будет быстрее и проще. Другое дело, что сегодня в России все крупные потребители СТР-пластин хотят делить объем между несколькими поставщиками, чтобы застраховаться от возможных проблем. В таких случаях поставщики договариваются между собой.

ГАРТ: В России установлено уже много термальных СТР, например, фирмы Cgeo. Как Вы оцениваете перспективы AGFA на рынке пластин для них?

Д. А.: Мы уделяем этому рынку много внимания. Правда, до середины года объем потребления этими устройствами пластин был не самым большим. Если только не учитывать журнальные типографии, которые имеют контракты, заключенные при поставке оборудования. К концу года ситуация может измениться, и мы станем поставлять в Россию намного больше термальных пластин. Не потому, что закончатся контракты. Просто типографии наберутся опыта, отработают технологию и станут выбирать пластины, с которыми удобнее работать. И здесь у нас большие шансы на успех. С пластинами для СТР ситуация, я полагаю, будет складываться аналогично ситуации с пленкой, ведь сегодня фотовыводы могут без проблем использовать пленку любой марки.

ГАРТ: Игроков на рынке СТР-пластин становится все больше?

Д. А.: Да, но не у всех из них есть реально отлаженное производство пластин для СТР. AGFA очень ответственно подходит к выпуску новых продуктов на рынок. Пока продукт полностью не готов, его не объявляют.

ГАРТ: Дмитрий, а какой Вы планируете долю СТР-пластин AGFA на российском рынке?

Д. А.: Серьезно что-то планировать рано, потому что самого рынка пока нет. В начале этого года в Европе доля СТР-пластин AGFA составляла больше 30%. Я думаю, что на российском рынке наша доля будет от 30 до 40%. Она будет сильно зависеть от продаж систем СТР, а здесь у нас очень хорошие перспективы. Компания «Терем», которая занимается продажами СТР уже больше двух лет, конечно, лидер, но и другие дилеры AGFA активизируются. Уже есть одна установка СТР в СПб, я думаю, ситуация будет быстро развиваться.

ГАРТ: А планы по продажам устройств тоже глобальные?

Д. А.: Я бы их глобальными не назвал. Ситуация, видимо, не будет отличаться от европейской. На рынке устройств для газетной печати AGFA на сегодняшний день — безусловный лидер. На рынке коммерческой печати пока и в Европе, и в России преобладают СТР Cgeo, но, с нашей точки зрения, устройства с фиолетовым лазером более перспективны, и постепенно ситуация изменится. Стоимость владения меньше, надежность — выше. Преимущества очевидны. Это означает, что у нас есть шанс занять большую часть рынка устройств СТР.



**Дмитрий
СИНЧУГОВ**

«Аксио»

Генеральный
директор

ГАРТ: Дмитрий, поделитесь впечатлениями, как живется новой компании на рынке пластин?

Д. С.: Вполне нормально. Об этом говорит хотя бы тот факт, что мы работаем на нем уже год. Нельзя сказать, что этот год был легким, но несмотря на возникавшие проблемы, финансовые результаты достаточно успешные. Продажи, конечно, начались только в декабре прошлого года, но тем не менее, уже можно говорить о том, что мы на этом рынке закрепились. Для фирмы, которая начала свою деятельность с нуля, результаты очень неплохие.

ГАРТ: Мы сделали исследование рынка. Как Вы оцениваете его результаты?

Д. С.: Данные очень похожи на правду. По отдельным производителям они расходятся с нашими оценками, но в общем выглядят достоверно. Хотя, должен заметить: на сегодняшний день анализ таможенной статистики затруднен тем, что после апрельского кризиса многие таможенные брокеры стали декларировать офсетные пластины под другими кодами ТН ВЭД.

ГАРТ: А «Аксио» кризис затронул?

Д. С.: Да, нам пришлось приостановить поставки сразу после выхода известного письма ГТК, но подготовив все документы и получив необходимые разъяснения, мы практически сразу их возобновили, поэтому никого не подвели. Более того, в результате кризиса нам удалось приобрести новых, серьезных клиентов.

ГАРТ: Кто же Ваши клиенты?

Д. С.: В первую очередь, это крупные и средние полиграфические комбинаты, потребляющие большие объемы пластин. Большинство из них — немосковские, но на столичном рынке у нас тоже неплохие перспективы.

ГАРТ: Вы поставляете только пластины одного производителя. Почему?

Д. С.: Мы можем поставлять любые пластины Kodak Polychrome, но предпочитаем заниматься произведенными в Германии. Кстати, в Германии теперь производится и новая версия высокотиражных пластин Capricorn Excel. Раньше пластины Capricorn делались в

Англии. Они быстрые, и сделаны для того, чтобы конкурировать с FujiFilm.

А главная причина нашей приверженности одной марке пластин в том, что наши клиенты достаточно требовательны. Именно поэтому мы и занимаемся поставками только самых качественных пластин.

ГАРТ: Работать с крупными клиентами непросто?

Д. С.: Да, приходится выполнять и еще одно важное требование — необходимо иметь резервный запас материалов на складе, и чаще всего это пластины нестандартных форматов. Но мы справляемся.

ГАРТ: Конкуренция на этом рынке высокая?

Д. С.: Да, достаточно высокая. Причем часто способом конкурентной борьбы является неоправданное снижение цен. Мы по этому пути не пошли, а постарались разработать для наших клиентов предложения, которые в итоге окажутся более эффективными.

ГАРТ: Как Вы оцениваете сегодняшние позиции «Аксио» на российском рынке расходных материалов?

Д. С.: Возможно, в масштабах российского рынка наши поставки пока не составляют большой доли, но в объеме импорта немецких пластин Kodak Polychrome эта доля существенна.

ГАРТ: Поделитесь планами на будущее?

Д. С.: Пожалуйста. Если помните, у нас были планы по расширению ассортимента. Так вот, мы от них не отказываемся. Новинки планируем представить на выставке «ПолиграфИнтер 2003».

Кроме того, надо сказать, что у нас пока не очень активно идут продажи в небольшие типографии, но в ближайшее время мы предполагаем активизировать усилия и в этом секторе рынка.

Есть еще планы по организации розничной торговли материалами. Мы предполагаем открыть магазин, причем хотим отработать для него универсальную схему, чтобы потом можно было легко создавать такие же магазины. Ведь в Москве достаточно много небольших типографий, а объемы потребления ими расходных материалов существенны.

ГАРТ: А пластинами для СТР занимаетесь?

Д. С.: Мы внимательно следим за ситуацией на рынке. На сегодня основными поставщиками этих пластин являются те, кто поставляет системы СТР. Но рынок растет, и со временем мы, конечно, начнем их поставлять.



Расходные материалы

Kodak Polychrome
GRAPHICS



ФОТОТЕХНИЧЕСКИЕ ПЛЕНКИ

ОФСЕТНЫЕ ПЛАСТИНЫ

ПЛАСТИНЫ ДЛЯ СТР



ООО «АКСИО»

129226, г. Москва,

ул. Сельскохозяйственная, д. 4

Тел: (095) 730 2059,

факс: (095) 181 3361

E-mail: info@axio.ru, www.axio.ru



Сергей Викторович СПИЛКА
«ВИП-Системы»
Директор

ГАРТ: Сергей, давайте начнем наш разговор о расходных материалах с тенденций рынка пластин.

С. С.: Мы очень внимательно следим за тем, как развивается этот рынок. Сегодня нашими партнерами являются AGFA и Lastra, и частое общение с их представителями позволяет нам быть в курсе последних событий не только в России, но и на Западе.

ГАРТ: Поделитесь свежими новостями?

С. С.: То, что AGFA с октября начинает поставки фотополимерных пластин для фиолетового лазера, наверное, все уже знают. Интересно другое: есть информация о том, что такие пластины скоро начнет производить и Kodak Polychrome, а это уже тенденция.

Исходя из всех этих разговоров с зарубежными производителями расходных материалов я полагаю, что в ближайшие годы рынок СТР-пластин станет сравним по объему с рынком традиционных. Причем пластины для СТР в квадратных метрах будут к этому моменту приблизительно поровну делиться между термальными и пластинами для излучений видимого диапазона — фиолетовыми, зелеными и др.

ГАРТ: Эта перспектива кажется наиболее вероятной на сегодня, но прогнозы — дело неблагодарное?

С. С.: Возможно. По крайней мере, я не могу сказать точно, через сколько лет по-

добная ситуация сложится. Кстати, всем, видимо, понятно: даже если в квадратных метрах потребление термальных и остальных пластин будет одинаковым, по количеству пластин фиолетовые и другие аппараты все равно будут существенно опережать термальные.

ГАРТ: Вполне вероятно, ведь не секрет, что в устройствах очень большого формата (VLF) используются на сегодня только термальные системы экспонирования.

С. С.: Да, имеется в виду, что на форматах до B1 будут преобладать фиолетовые пластины, а на больших — термальные.

ГАРТ: Давайте поговорим и о традиционных пластинах. Какие марки Вы предлагаете?

С. С.: Мы представляем на российском рынке пластины фирмы Plate, которая входит в группу Lastra. Lastra имеет достаточно сложную структуру и систему производства. Например, пластины Plate толщиной 0,15 мм производятся на том же заводе, где и Lastra, а вот для пластин 0,3 мм у Plate есть свое производство. То же самое можно сказать о пластинах Plurimet.

ГАРТ: А пластины Lastra для СТР?

С. С.: Они производятся в Италии — на заводах, входящих в структуру Lastra. Марки: LT-2 для термальных и LV-1 — для фотополимерных фиолетовых. Правом поставки пластин для СТР этих марок на российский рынок будут обладать только две фирмы, и одна из них — «ВИП-Системы».

ГАРТ: Но ведь у Lastra достаточно много дилеров в России?

С. С.: Да, их несколько, и они успешно продают в России традиционные пластины, но число авторизованных поставщиков пластин для СТР фирма Lastra решила ограничить. Позиция

второго производителя — компании AGFA — аналогичная. Ее суть в том, что пока поставлять пластины могут только поставщики систем СТР.

ГАРТ: Эти меры направлены на то, чтобы не создавать лишнего ажиотажа и не «убить» пока еще достаточно прибыльный бизнес?

С. С.: Не только. Просто здесь очень важно наличие квалифицированных специалистов в службе технической поддержки. Очевидно, что при запуске нового оборудования или технологии у клиентов возникает множество вопросов, которые требуют компетентных ответов. В настоящий момент только поставщики СТР знают тонкости технологии, и поэтому могут своевременно и качественно оказать техническую поддержку. Компетентность — это залог успеха, а мы заботимся об успехе наших клиентов.

Может, года через два-три, когда технология СТР станет общепринятой, всем поставщикам расходных материалов будет разрешено продавать и пластины для СТР, но в будущем году, я думаю, число продавцов СТР-пластин в России практически не изменится.

ГАРТ: Но Lastra и AGFA — еще не все производители. Например, этим бизнесом могут заинтересоваться и поставщики Kodak Polychrome.

С. С.: Возможно, но новому игроку, если он не поставляет устройства СТР, на этот рынок выйти непросто.

ГАРТ: По оценкам Ваших конкурентов, рынок пластин для СТР на сегодняшний день составляет 20 тыс. м² в месяц. Это соответствует Вашим данным?

С. С.: Вполне похоже, но в будущем году объем значительно увеличится, и мы готовы к тому, чтобы удовлетворить потребность рынка в этом продукте.

ГАРТ: Кроме фиолетовых пластин для Ваших уст-

Бумага для цифровой печати

Now!Print

digitalpapers



Москва: (095) 232 2610

Санкт-Петербург: (812) 329 9191



... и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ

ройств планируете продавать еще и термальные?

С. С.: Мы уже их продаем, и также планируем существенно увеличить объем.

ГАРТ: Давайте теперь поговорим о продажах самих устройств СТР. Ваши конкуренты рапортуют об успехах. По всей видимости, наступил второй виток «гонки вооружений». А как дела у «ВИП-Систем»?

С. С.: На сегодняшний день все наши планы по продаже устройств СТР успешно реализуются, и к концу года мы должны установить в России еще три системы фирмы Esko-Graphics. Вы правы насчет нового витка: типографии присмотрелись, выжидали некоторое время, проанализировали преимущества технологии СТР и теперь стали достаточно активно приобретать системы.

ГАРТ: Станете эксклюзивным поставщиком СТР-систем Esko-Graphics на российский рынок?

С. С.: Мы стремимся к этому.

ГАРТ: Говорят, что Вы поставили еще и СТР фирмы ECRM в Новосибирск?

С. С.: Да, можно сказать, пришлось. Хороший клиент попросил помочь.

ГАРТ: Сергей, а что на фоне успехов с СТР происходит с продажами фотовыводных устройств?

С. С.: Esko-Graphics — один из немногих производителей, который до сих пор не отказался от их выпуска. Такие фирмы, как AGFA и Heidelberg, полностью закрыли это направление.

Мы продаем фотовыводные устройства, причем достаточно успешно. На днях, например, будет установлено устройство ImageMaker в одной крупной московской типографии.

ГАРТ: И это в Москве! А когда мы ездили по Поволжью, то видели в районах и высокую печать. По всей видимости, для России фотовыводные устройства долго будут оставаться актуальными.

С. С.: Да. Мы, кстати, официальные дилеры AGFA и ECRM в Казахстане. Наши коллеги из филиала успешно продают фотонаборы ECRM.

ГАРТ: А краской «ВИП-Системы» тоже занимаются?

С. С.: Да, поставляем краски Flint-Schmidt. У нас есть хорошие клиенты, которые потребляют большие объемы краски Heatset для рулонных журнальных машин. Один из них — «Алмаз-Пресс».

ГАРТ: Продукцией Flint-Schmidt торгует достаточно много компаний. Чем интересно для вас это направление?

С. С.: Да, приобрести краски этой фирмы на сегодняшний день несложно. Но только не краски Heatset. Рынок печати журналов мы уже достаточно давно делим с другим российским дилером Flint-Schmidt — фирмой ХГС, которая поставляет краски для типографии «Пресса-1».

В ближайшее время мы планируем усилить свои позиции на рынке краски для листовой печати. Все нужно делать постепенно.

ГАРТ: Получается, что бизнес расходных материалов составляет около половины всего оборота «ВИП-Систем»?

С. С.: Не совсем так. Мы позиционируем себя на рынке, как поставщик допечатного оборудования, газетных и журнальных печатных машин, запчастей, оборудования для послепечатной обработки и отделки продукции, предлагаем сервисное обслуживание и расходные материалы. На самом деле, направлений много, но перечисленные — основные. Мы продаем и восстановленное оборудование. Недавно, например, установили в пермской типографии «Звезда» восстановленную газетную машину Harris 845 с десятью печатными секциями.



V I P
VISION
IMAGE
PRINT

5

Условий
Вашего
успеха

✓ VIP подход к клиенту

✓ Поставка пробной партии

✓ Накопительная система скидок

✓ Рассрочка платежа

✓ Технологическая поддержка производителя

Расходные
материалы
для офсетной
печати



Выставка "Полиграфинтер 2003", павильон 4
27-31 Октября, Москва, Сокольники

Группа компаний Вип-Системы

Россия, Москва
Тел.: (095) 258-67-03
Факс: (095) 318-02-74
secretary@vipsys.ru

Россия, Новосибирск
Тел.: (3832) 55-40-99
Факс: (3832) 55-58-28
vipsibir@online.nsk.su

Беларусь, Минск
Тел.: +375 (17) 233-93-19
Факс: +375 (17) 233-93-26
t@tusson.minsk.by

Германия, Штутгарт
Тел.: +49 (711) 601 789 0
Факс: +49 (711) 601 789 60
secretary@vipsystems.de

Украина, Киев
Тел.: +380 (44) 517-53-33
Факс: +380 (44) 517-51-00
secretary@vipsys.kiev.ua

Казахстан, Алматы
Тел./Факс: +7 (3272) 69-19-07
Факс: +7 (3272) 69-46-20
vip_systems@nursat.kz

ВИП-Системы
www.vipsys.ru

V I P
VISION
IMAGE
PRINT



**Владимир Борисович
КРЫСИНСКИЙ**

«МакЦентр»

Технический
консультант

ГАРТ: Владимир Борисович, согласно данным нашего исследования рынка, доля традиционных пластин немного сократилась по сравнению с первой половиной 2002 г. Это совпадает с Вашими наблюдениями?

В. К.: Маловероятно, что это так. «МакЦентр» поставляет пластины AGFA, и спрос на них растет. Интерес проявляют прежде всего те типографии, где устанавливается

новое оборудование. В этом году мы увеличили объем продаж почти в два раза. Скорее всего, вырос и весь рынок пластин, иначе получается, что продажи других дилеров AGFA сократились.

Наши результаты не являются рекордными, ведь на них отразился апрельский таможенный кризис. Надо также учитывать, что AGFA — пластины высокого качества, и стоят дороже, что иногда является сдерживающим фактором для клиента. Кроме того, сама AGFA в начале этого года нас несколько ограничивала в поставках традиционных пластин. Хотя терять такой большой рынок, как российский, никто не хочет, AGFA сегодня ориентирована, в основном, на производство пластин для СТР, и это понятно: производить более дорогой продукт намного выгоднее.

ГАРТ: По пластинам для СТР у вас тоже соглашение с фирмой AGFA?

В. К.: Да, мы можем продавать пластины для любых технологий экспонирования. Правда, объемы продаж таких пластин у нас пока невелики. Думаю, это связано с небольшим числом установок самих систем. Сейчас число устройств, продаваемых в Россию различными поставщиками, быстро растет, так что и продажи СТР-пластин должны вырасти по мере того, как будут выходить на нормальную загрузку новые газетные типографии. В первую очередь это касается типографий в Долгопрудном и Красногорске. Объемы потребляемых ими пластин будут существенно выше, чем у тех, кто работает на рынке газетной печати сегодня, поскольку новые типографии ориентированы только на технологию СТР. Ведь не секрет, что большинство черно-белых газет до сих пор сдаются издателями в виде пленок, выведенных на стороне, или даже в виде калек, отпечатанных на лазерных принтерах.

В типографиях будут преобладать газетные СТР фирмы AGFA, значит, независимо от того, какая фирма установила устройство, материалы многие будут покупать у нас, ведь серьезная типография с большим потреблением пластин обычно не делает ставку на одного поставщика материалов, тем более таких специфичных.

ГАРТ: Вы ведь тоже продаете системы СТР?

В. К.: Да, фирмы Heidelberg. Практический интерес к технологиям и оборудованию СТР постоянно растет. Сейчас мы участвуем в проработке нескольких серьезных проектов.

ГАРТ: Вернемся к расходным материалам. У AGFA теперь есть фотополимерные фиолетовые пластины для СТР?

В. К.: Да, но они еще не появились на российском рынке. Разработку фотополимерных пластин для фиолетового лазера, в то время

как AGFA имеет великолепные серебросодержащие пластины, можно понять, ведь все остальные фирмы производят разработки пластин именно по этой технологии. Значит, при наличии аналогичных пластин, AGFA получает возможность конкурировать, не внося изменений в оборудование. Теперь дилеры могут предлагать расходные материалы AGFA и владельцам СТР других производителей. Например, приобрела типография СТР FujiFilm, но хочет пользоваться пластинами AGFA. Раньше это было невозможно, а теперь — пожалуйста.

Однако ставить крест на серебросодержащих фиолетовых пластинах рано. Конечно, в отдаленной перспективе всем бы хотелось уйти от серебросодержащих материалов — и в пленках, и в пластинах, но пока альтернатив нет. Одно из главных преимуществ этих пластин — высокая чувствительность. В газетных СТР она позволяет обеспечить производительность в несколько сотен пластин в час.

ГАРТ: В России установлено много СТР Creo, работающих с термальными пластинами. Тоже перспектива?

В. К.: Да, причем термальные пластины AGFA Thermostar имеют важное преимущество — они очень похожи на традиционные: могут обрабатываться тем же проявителем, в печати ведут себя так же и пр.

ГАРТ: Ну а как дела на рынке пленки?

В. К.: По объемам продаж мы идем даже с опережением примерно на 10%, по сравнению с 2002 г. Сейчас за нами больше 55% российского рынка пленки AGFA. Но на фоне растущих объемов до критической черты уменьшилась прибыль. Если такая тенденция продолжится, то, думаю, для некоторых дилеров этот рынок вскоре может оказаться совсем неинтересным.

НУЖНЫ РАСХОДНИКИ?

• Обрезные пластины
• Фотополимерные пленки
• Сопутствующие жидкости
• Полностью готовые негативы и позитивы

AGFA

МАК ЦЕНТР
Официальный дилер
AGFA в России

Москва, Глинканский пер., д. 8 (от метро "Тульская")
тел: 950-3271 (многоканальный), www.maccnt.ru

UNISSET

Разносторонний

HIEL. München



талант.

H.G.S.
G R O U P



«**UNISSET**» – это рулонная офсетная машина с возможностью печатать до 8 страниц за один оборот цилиндров. Она предназначена для многокрасочной печати газет и избранных видов коммерческих изданий со средним объемом страниц и средней тиражностью. Благодаря комбинации технологий «Coldset» и «Heatset» и скорости печати до 70.000 экземпляров в час эта машина отличается высокой производительностью и эффективностью при печати самой разнообразной продукции. К тому же, производственный процесс можно оптимизировать за счет индивидуальной конфигурации машины – необходимые для этого компоненты Вы сможете выбрать из широкого спектра системного коммерческого предложения фирмы «MAN Roland». Более подробную информацию о всех преимуществах машины «UNISSET» Вы можете получить по телефону: (095)737 6270, по факсу: (095)954 5424 или по адресу в Интернете: <http://www.hgs.ru>



**Михаил
КУВШИНОВ**

«Нисса-Центрум»
Заместитель техни-
ческого директора



**Алексей
РАЗУМОВСКИЙ**

«Нисса-Центрум»
Менеджер
по продажам

ГАРТ: «Нисса» активно занимается продажами оборудования фирмы Creo, а как дела с поставками материалов?

М. К.: Дела идут хорошо. Очень многие клиенты работают на пластинах, которые поставляем мы, но хотелось бы отметить, что фирма Creo не навязывает нам и, соответственно, нашим клиентам, материалы какого-то конкретного производителя. Правда, некоторое время назад начались поставки термальных пластин для СТР под маркой Creo, но это не означает, что мы собираемся менять свою политику в попытке привязать покупателей СТР к использованию поставляемых нами пластин.

ГАРТ: Какие пластины для СТР Вы поставляете?

М. К.: Сегодня мы поставляем Mitsubishi и Kodak Polychrome, но предполагаем, что пластины Creo со временем станут составлять большую долю в нашем объеме.

ГАРТ: Термальных пластин для СТР на сегодня очень много. С одной стороны, это упрощает продажи систем, но, с другой — усложняет продажи материалов?

А. Р.: В любом случае это хорошо для клиента. Обычно он устраивает тестирование всех доступных пластин и выбирает из них те, которые ему больше всего подходят.

ГАРТ: Как распределяются позиции производителей на российском рынке термальных пластин для СТР?

М. К.: На сегодня, по нашим оценкам, основной объем приходится на пластины под маркой LT-2. Они производятся фирмой Mitsubishi, недавно фирмой Lastra начато производство в Европе, но итальянские LT-2 пока официально Creo не сертифицированы. Примерно столько же продается пластин Kodak Polychrome. Существенно меньше AGFA и FujiFilm. Думаю, ситуация изменится с появлением пластин Creo.

Выводить новый бренд на рынок, а Creo в пластинах — новый бренд, непросто. Поэтому мы очень много внимания уделяем их тестированию в реальных условиях. Пробные партии пластин переданы нашим клиентам. Первые впечатления — очень хорошие.

ГАРТ: А вообще, какие требования к пластинам для СТР предъявляют клиенты?

А. Р.: Конечно, основное требование — цена. Она должна быть самой низкой.

ГАРТ: Пластины Creo будут существенно дешевле?

М. К.: Нет, так нельзя сказать. Цена на эти пластины будет на уровне остальных. Существует и второе требование — чтобы пластины нормально экспонировались конкретным устройством, а потом проявлялись и работали на конкретной печатной машине.

ГАРТ: Но ведь считается, что все термальные пластины вполне неприхотливы к параметрам проявления.

М. К.: У любой пластины есть некоторый диапазон условий, в которых она нормально проявляется, а затем ведет себя в тираже. Но у некоторых пластин этот диапазон не такой широкий, как у других. Они могут использоваться только в тех типографиях, где культура производства достаточно высока. В частности, есть марки пластин, которые по лабораторным тестам показывают очень хорошие результаты, но в условиях реальной российской типографии могут просто «не пойти».

ГАРТ: Есть такая характеристика, как чувствительность термальных пластин?

М. К.: Да, от нее зависит, сможет ли конкретное устройство экспонировать ее с максимальной производительностью. Если говорить о пластинах Creo, то их чувствительность позволяет работать даже на новых высокоскоростных моделях СТР Creo. Есть разные аспекты, связанные с термальными устройствами других фирм. Есть аппараты, у которых лазер имеет длину волны не 830, а 810 нм. В этом случае устройство работает не на пике чувствительности пластин, и требуется большая мощность. Но к Creo все это не относится.

ГАРТ: А можно параллельно использовать пластины нескольких производителей в одном устройстве?

М. К.: Конечно можно. Правда, некоторые производители рекомендуют использовать только их специальные растворы. У некоторых они оказываются еще и достаточно дорогими.

Не надо забывать и про выбор проявочной машины. Мы в большинстве случаев поставляем универсальные, которые могут проявлять и пластины для СТР разных производителей, и традиционные пластины, причем с высокой производительностью. Это очень важный момент, я бы даже рекомендовал типографиям, которые

сегодня планируют приобрести машину для проявления пластин, несмотря на то, что у них нет СТР, выбирать универсальную, чтобы потом можно было без проблем перейти на СТР.

ГАРТ: Но это может стать не совсем разумным вложением денег. А вдруг СТР не понадобится?

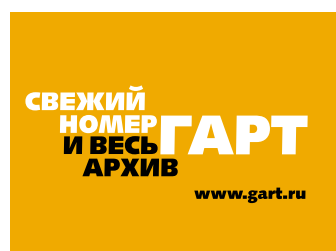
М. К.: Эти проявочные машины не отличаются по цене на порядок. Некоторые типографии в России сэкономили в свое время на проявлениях, но теперь, при переходе на СТР, им приходится заменять их на более быстрые и универсальные.

ГАРТ: Если перейти к вопросу о продажах устройств, то как бы Вы оценили перспективы термальных СТР на российском рынке?

А. Р.: На сегодняшний день среди установленных СТР доля фирмы Creo составляет почти 50%, или 13 устройств. Мы не включаем в это число даже те устройства, контракты по которым оплачены и которые уже «едут». Только реально установленные.

Понятно, что со временем будет продаваться все больше недорогих малоформатных устройств различных производителей, но несмотря на это, мы предполагаем, что доля Creo останется достаточно большой. Не менее 30%, что соответствует доле устройств Creo на мировом рынке.

Кстати, продаются не только простые системы. В России уже в трех типографиях устройства Creo установлены с программным обеспечением Prinergy, еще один контракт исполняется в данный момент. Из 13 устройств Creo только два не



используют системы экспонирования Quantum с технологией Square Spot. А это системы более дорогие.

М. К.: Хочу добавить, что с СТР-устройствами Creo нет никаких технологических проблем. Например, крупная коммерческая типография Locus Standi достаточно быстро освоила технологию и уже начинает печатать стохастику в коммерческих тиражах. Пока не ясно, какая доля заказов будет печататься стохастикой, но сам факт мне кажется показательным. Еще один пример — типография «Граффити». Там СТР освоили очень быстро, а у них до этого не было даже своего фотовывода. Как большой успех можно оценить то, что в России теперь все три основных производителя пластиковых карт используют системы Creo.

ГАРТ: Но поставщиков СТР с фиолетовым лазером становится все больше, особенно в малых форматах?

А. Р.: Да, ведь это просто переделанные фотонаборы. Возможно, их число будет расти и дальше. Как альтернативу им, Creo предлагает полуформатные устройства Lotem 400, предназначенные для экспонирования пластин, не требующих проявления. Ведь проявочная машина стоит достаточно серьезных денег, а с такими устройствами она вообще не нужна. Можно сэкономить...

Что касается перспектив, то по данным Seybold Report (Vol. 3, No. 7, July 21, 2003, p. 15), на американском рынке цены на пластины при пересчете на квадратные метры приблизительно следующие: традиционные — 4,3–4,8 долл. за м², термальные — 6,5 долл., а фотополимерные фиолетовые — 8,6 долл. Это демонстрирует стратегическое преимущество термальной технологии и является главной причиной успеха СТР Creo в США.

ГАРТ: Об этом говорят давно, но цифры, честно говоря, вызывают сомнения.

М. К.: Возможно, это цены, по которым покупают пластины те, кто потребляет в год миллионы квадратных метров, но здесь важно само соотношение цен на термальные и фиолетовые фотополимерные пластины.

ГАРТ: Но сейчас на рынке появится несколько новых производителей фотополимерных пластин для фиолетового лазера, и ситуация может измениться. С приходом, например, AGFA?

М. К.: Приход AGFA лишний раз подтверждает, что сербросодержащие пластины — тупиковая ветвь. Они скоро отойдут на задний план. Тем не менее, даже с приходом новых игроков необходимо, чтобы производство фиолетовых пластин выросло до определенного объема, когда себестоимость становится существенно ниже. Мне кажется, этот этап еще далеко,

и стоимость фиолетовых пластин будет оставаться существенно большей по сравнению с термальными. Фотополимерные пластины, как и первые термальные, пока еще требуют сложного проявления с предварительным нагревом. Это болезнь роста, постепенно все пройдет, но сколько на это уйдет времени, пока не понятно.

Такой крупный производитель, как Kodak Polychrome, недавно объявил о том, что в Европе он продает больше СТР-пластин, чем традиционных, а ведь Kodak производит только термальные пластины для СТР. По многочисленным оценкам, пока половина установленных устройств СТР — термальные. Фиолетовых — меньше 20%. Каждый может прикинуть, через какое время фиолетовые пластины смогут догнать термальные.

Системы Computer-to-Plate TrendSetter и Lotem

Совершенство экспонирования



Creo TrendSetter 800 Quantum



Creo TrendSetter NEWS

creo

- развитые решения СТР (Computer-to-Plate), CTFlex (Computer-to-Flexo) и специальные модели, ориентированные на газетное производство
- термальное экспонирование, IR-источник излучения с длиной волны 830 nm
- высокий уровень автоматизации операций загрузки/выгрузки пластин
- расходные материалы, широко распространенные на мировом и российском рынках
- высоколинейатурное и стохастическое растривание, четкие края растровой точки
- системы управления рабочими потоками по технологии Adobe Extreme, эффективное управление всеми участками технологического процесса

«НИССА Центр»

Москва

тел.: (095) 956-7719

факс: (095) 259-9589

<http://www.nissa.ru>

E-mail: nissa@nissa.ru

Екатеринбург

тел.: (3432) 469-947

Технология партнерства

nissacentre



**Илья
КНЯЗЕВ**
PrintHouse
Директор



**Сергей
БЕЛОКРЫСЕНКО**
PrintHouse
Технический директор

ГАРТ: Мы провели очередное исследование рынка пластин. Общий объем, видимо, не изменился по сравнению с прошлым годом?

И. К.: Да, общий объем существенно не изменился. Что касается долей производителей, то, по нашим данным, доли пластин Lastra и AGFA немного больше, чем указано в вашем расчете, а доля Kodak — меньше. Но разница между нашими оценками — в пределах одного-двух процентов.

ГАРТ: Сильно выросла доля пластин Plurimetal.

И. К.: У нас, по крайней мере, продажи этих пластин растут.

ГАРТ: А почему Вы решили продавать пластины марки Plurimetal? Lastra не справляется с производством?

И. К.: На сегодня Lastra с производством необходи-

мых объемов полностью справляется. Ситуация, когда она не справлялась, действительно имела место несколько лет назад, когда спрос на материалы был уже весьма высок, а новая линия по производству пластин еще не вошла в строй. Сегодня это уже в прошлом.

А наше решение о начале продаж Plurimetal связано с тем, что доля пластин Lastra на российском рынке сегодня очень велика, это почти «точка насыщения» для любого отдельного брэнда, если, конечно, не рассматривать примеры вне рыночного регулирования. Наша же компания чувствует в себе значительный потенциал для дальнейшего роста, в том числе и в направлении формных пластин. Вот как раз для реализации этого потенциала Lastra Group

предложила нам поставлять на российский рынок материалы их второго брэнда — завода Plurimetal.

ГАРТ: Так почему у Lastra в России такая большая доля рынка? Из-за цены?

И. К.: Я не могу сказать, что цены на пластины Lastra сегодня существенно ниже, чем у остальных крупных производителей. Ценовой прессинг ощущается, скорее, со стороны «болгарского Polychrome». В настоящий момент это самые дешевые пластины на рынке, они заняли место пластин Vela, которые считались самыми дешевыми не так давно.

На мой взгляд, популярность Lastra объясняется тем, что эта фирма очень быстро реагирует на потребности рынка. В частности, время на исполнение заказа — включая производство пластин нестандартных форматов, с которыми порой приходится иметь дело в России — в разы меньше, чем у других производителей. И это дает большие преимущества.

ГАРТ: А пластинами для СТР Вы занимаетесь?

И. К.: Да, конечно. Мы поставляем пластины для СТР. Например, заметную долю потребления такого предприятия, как «Алмаз-Пресс», составляют поставляемые нами термальные пластины Lastra LT-2, сделанные в Италии.

ГАРТ: Качество этих пластин удовлетворяет специалистов «Алмаз-Пресс»?

И. К.: Да, ведь они не хуже, чем «оригинальные» Mitsubishi, с которыми эта типография также работает. Надо сказать, что и традиционные пластины Lastra уже несколько лет составляют половину потребления всех традиционных пластин в «Алмаз-Пресс». Это еще одно подтверждение их качества, если принять во внимание широко известную бескомпромиссность технологической службы типографии.

ГАРТ: Получается, что у Вас прекрасные перспективы на рынке СТР-пластин в России, ведь термальные пластины, по нашим оценкам, преобладают в общем объеме потребления?

И. К.: Видимо, да. На заводе Lastra в Италии сейчас работает одна линия для производства термальных пластин, а на заводе Plurimetal заканчивается монтаж второй аналогичной линии. Но мы не планируем ограничиваться термальными пластинами, ведь у Lastra Group в Америке есть производство фотополимерных пластин, а в ближайшее время в Италии будет развернуто производство по их конвертированию из мастер-форматов. Мы уже предоставили фотополимерные пластины для зеленого лазера на испытания в типографию «Медиа-Пресса». Есть и еще несколько потребителей, которым также нужны именно такие пластины.

ГАРТ: А что с фиолетовыми пластинами?

И. К.: Они тоже доступны и, по нашим сведениям, в ближайшее время появится новая версия фиолетовых фотополимерных пластин под маркой LV-2. Видимо, это будет новый шаг в технологии фотополимерных пластин. Кстати, пока в России устройств СТР, работающих с фиолетовыми фотополимерными пластинами, всего одно. Но ситуация, видимо, будет развиваться.

ГАРТ: Тяжело продавать пластины, не продавая сами устройства СТР?

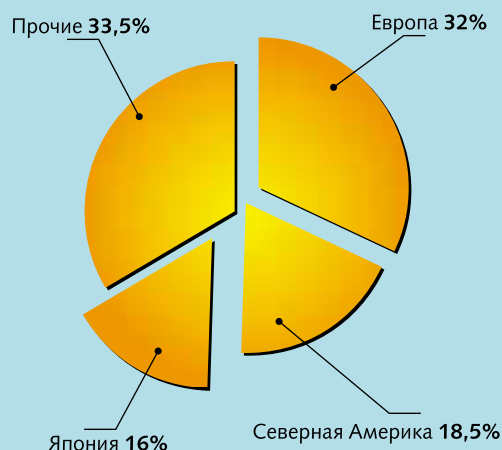
И. К.: Нам, конечно, труднее, чем тем, кто поставляет еще и устройства. Но это несколько не снижает наш интерес к этому рынку.

ГАРТ: Видимо, с приходом на рынок «чистых» поставщиков расходных материалов цены на пластины СТР должны снизиться?

И. К.: Цены снижаются благодаря тому, что увеличиваются объемы потребления пластин. Еще не так давно

МИРОВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН

Общий объем в 2002 г. составил 430 млн. м²



ИСТОЧНИК: LASTRA

установленные в России СТР можно было пересчитать по пальцам одной руки. Теперь их уже, можно сказать, несколько десятков. С увеличением количества устройств растет потребление пластин, соответственно, снижаются и цены.

ГАРТ: У Вас есть крупнейший потребитель пластин — «Чеховский полиграфкомбинат». Не так давно там была установлена система СТР BasysPrint для традиционных пластин. Но ведь для обеспечения приемлемой производительности BasysPrint критичной является чувствительность пластин, а у Lastra чувствительность не самая высокая?

С. Б.: Это совсем не так. Если говорить о чувствительности пластин, то есть разные рынки, на которых существуют разные традиции. Европейский рынок с самого начала был ориентирован на стабильные пластины. Их делали AGFA, Kodak и Lastra. Появление на этом рынке более чувствительных, но и требующих намного большей аккуратности, пластин FujiFilm сначала основными производителями игнорировалось, но теперь практически все они сделали новые пластины, чувствительность которых такая же, как и у FujiFilm.

Lastra несколько лет производила позитивные пластины Futura-101, предназначенные именно для азиатского рынка, которые по чувствительности не уступают пластинам FujiFilm. Теперь выпускаются пластины Futura-102, их отличительной особенностью является более контрастное пигментирование слоя. Есть еще пластины Sonic, которые делает фирма Plurimetall. Их характеристики гораздо более проработаны, чем у тех же пластин FujiFilm.

ГАРТ: Давайте перейдем к продажам краски.

И. К.: Давайте. Мы поставляем на российский рынок краски фирмы Akzo Nobel. В

составе нашего холдинга есть фирма FlexoHouse, которая занимается жидкими красками для флексографии и других видов печати. Это отдельный и достаточно специфический бизнес. Если говорить об офсете, то нужно поделить краски для листового и рулонного офсета. В листовых, к нашей радости, краски Akzo Nobel находятся на устойчивом третьем месте по объему продаж. Наша доля в первом полугодии 2003 г. составила не менее 10%.

ГАРТ: А сколько листовых красок, по Вашим оценкам, продается в России?

И. К.: В этом году потребление листовых красок в России составит 2–2,5 тыс. т. Мы предполагаем увеличить свои объемы продаж листовых красок за счет более активной работы с небольшими типографиями.

ГАРТ: У Akzo Nobel есть и все необходимые краски для рулонной печати?

С. Б.: Да, мы уже достаточно давно предлагаем краски для печати газет. Они пользуются все возрастающим спросом, ведь цветных газет печатается все больше и больше.

ГАРТ: Неужели по газетным краскам можно конкурировать с «Торжком» и Sun Chemical?

И. К.: Можно. Не может не радовать тот факт, что закончился период, когда все определялось только ценой на краску. На сегодняшний день клиентов интересует качество и стабильность. Поэтому краски Akzo Nobel имеют очень хорошие перспективы.

Теперь, с приобретением компанией Akzo Nobel фирмы Trepal, в нашем ассортименте появятся и краски для журнальной печати. В Европе, например, потребление этих красок растет быстрее, чем листовых. Так что мы начнем постепенно работать и на этом рынке.



СТИМУЛ роста!



Расходные материалы для полиграфии



PRINTHOUSE – МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151,
937-5156

PRINTHOUSE –
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-3794,
449-3795

PRINTHOUSE – СИМБИРЬ
Тел.: (3532) 29-9380, 29-9381

PRINTHOUSE – УРАЛ
Тел.: (3432) 56-9026

PRINTHOUSE – ЮГ
Тел.: (8632) 52-6704, 58-9778

PRINTHOUSE – КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 99-7820, 99-7821



**Юрий
Владимирович
КУРАНОВ**
«РеаЛайн»
Генеральный
директор



**Роман
Евгеньевич
КОЗЛОВ**
«РеаЛайн»
Заместитель гене-
рального директора

ГАРТ: Юрий, как складывается ситуация с продажами офсетных пластин в этом году?

Ю. К.: У нас она складывается очень хорошо. За первые 7 месяцев этого года объем продаж по этой позиции вырос на 40% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Есть все основания предполагать, что этот показатель будет выдержан и до конца 2003 г.

ГАРТ: Это очень много. По нашим оценкам, импорт пластин остается на прежнем уровне, на 40% он вырасти никак не мог. Правда, в связи с таможенным кризисом, нельзя исключать, что результаты первого полугодия не являются показательными.

Ю. К.: Да, в мае было существенное снижение объемов продаж — кризис затронул всех. Но в конце концов все его преодолели, и сегодня продажи уже вышли на планируемый уровень. Хочется особо отметить поддержку Комитета по печати в лице Е. М. Марголина при разрешении недоразумений, возникавших при оформлении импорта офсетных пластин.

Если же, согласно вашей оценке, рынок не вырос, рост наших объемов про-

даж может означать только одно: кто-то из поставщиков существенно снизил свои объемы, и их клиенты пришли к нам. Такой вариант вполне вероятен.

Мы, кстати, расширяем сеть филиалов, недавно к филиалу в СПб добавились еще две компании: «РеаЛайн-Урал» в Екатеринбурге и «РеаЛайн-Дон» в Ростове-на-Дону. Мы считаем рынки этих регионов весьма перспективными, и это подтверждается уже сегодня стабильным ростом продаж в филиалах.

Дело еще и в том, что типографии приобретают много новых печатных машин, а на таком оборудовании использовать нужно высококачественные материалы.

ГАРТ: Кстати, что Вы можете сказать о качестве пластин Lastra? Считается, что есть более высококачественные...

Р. К.: Ситуация очень простая: у тех пластин, которые считаются «более высококачественными», доля рынка в несколько раз меньше, чем у Lastra. Поэтому в абсолютном выражении и рекламаций в несколько раз меньше. Ну а незначительная доля брака бывает на любом производстве, будь это Lastra, FujiFilm или Kodak.

ГАРТ: Судя по нашему исследованию, достаточно большой стала доля пластин Plurimetal. Ходят слухи, что Lastra не справляется с производством.

Ю. К.: По поводу увеличения доли Plurimetal готовы согласиться. Одна из причин в том, что пластины этой марки начал продавать еще один дилер Lastra — компания PrintHouse. А информация о том, что Lastra не справляется, устарела. Два года назад в расчете на то, что заработает новая линия, Lastra действительно набрала очень много заказов. Ввод в эксплуатацию несколько затянулся, и некоторые заказы временно делались на линиях Plurimetal. Но все давно уже встало на свои места.

ГАРТ: На сегодняшний день Lastra является, видимо, крупнейшим производителем традиционных пластин для европейского рынка?

Ю. К.: Возможно. Но в сентябре начнется активная продажа пластин этой фирмы и на рынке СТР. Решение приобрести производство у Mitsubishi оказалось очень разумным и своевременным, и теперь перспективы, в том числе и на российском рынке, у этих пластин очень хорошие.

ГАРТ: Мы посчитали российский рынок СТР-пластин. Оказалось, что он составляет около 20 тыс. м² в месяц.

Р. К.: Мы не производили подобных оценок, но на первый взгляд эта цифра должна быть по крайней мере в полтора раза выше, если учесть, что некоторые типографии уже на сегодняшний день имеют объем потребления СТР-пластин до 7 тыс. м² в месяц.

ГАРТ: Неужели в России есть такие заказчики?

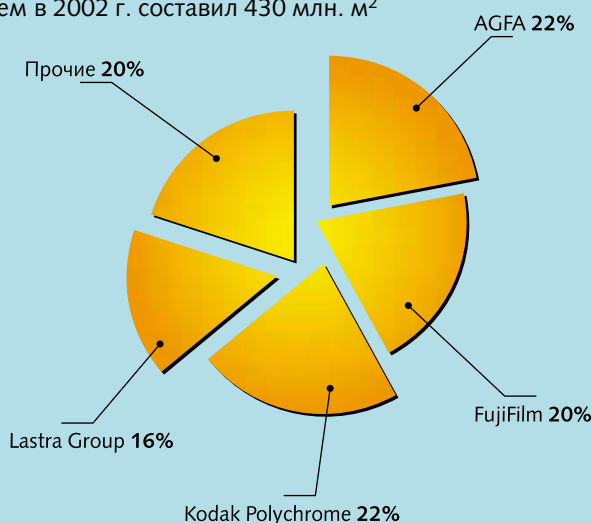
Ю. К.: Известно, что у иностранных производителей бывают рождественские каникулы. У производителей из Италии и других южных стран есть еще и летние каникулы — на август закрываются все предприятия, потому что в такую жару работать невозможно. Но по нашей просьбе Lastra даже в период летних каникул делала СТР-пластины для наших клиентов. Их ведь не достаточно просто произвести, пластины должны пройти термостабилизацию при температуре около 15°C в течение нескольких дней. Жара, системы охлаждения справляются с трудом... Но это лишний раз подтверждает, что каждый наш клиент важен для фирмы Lastra.

ГАРТ: Это очень интересная информация, мы скорректируем оценки в соответствии с Вашими данными.

Ю. К.: Кстати, по словам представителя Lastra, в Европе есть страны, где по-

ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН

Общий объем в 2002 г. составил 430 млн. м²



ИСТОЧНИК: LASTRA

требление пластин для СТР растет очень высокими темпами. Одна из них — Греция. Там за один год СТР-пластины заместили почти 50% объема традиционных.

ГАРТ: Но это не российский случай. У нас еще настолько много машин для высокой печати, что нам это не грозит.

Ю. К.: Мы также поставляем фотополимерные пластины NAPP для высокой печати, поэтому точно знаем, что их потребление сокращается год от года минимум на 8–10%. Большинство газетных типографий уже отказались от высокой печати. Остаются пока книжные производства. Есть основания полагать, что потребление этих пластин может резко сократиться.

Правда, в Европе, например, высокая печать все еще используется в газетном производстве, благодаря тому, что можно работать с очень тонкой бумагой. Газета получается легче, и стоимость ее рассылки снижается.

ГАРТ: Ну а как дела с другими расходными материалами?

Ю. К.: У нас большой успех на рынке офсетных резин. Мы с 1995 г. представляем в России полотна Vulcan. В этом году объем продаж вырос в несколько раз. Конечно, не просто так. Мы приобрели высококачественное оборудование для резки полотен и установки планок. Кстати, фирма Reeves, которая производит полотна Vulcan, в сентябре начнет поставки полотен нового поколения Vulcan Combo. Они универсальны и могут использоваться как с традиционными, так и с УФ-красками.

ГАРТ: В прошлом году Вы планировали начать поставки офсетных красок. Как идут дела?

Р. К.: Да, мы начали поставлять в конце прошлого года продукцию бельгийской фирмы Arets Graphics. Пока объем продаж недостаточный, но рост хороший. На сегодняшний день на заводе полностью обновлено оборудование и производится широкий ассортимент высококачественных красок для всех направлений печатной индустрии.

Кроме красок, компания Arets Graphics производит масляные, воднодисперсионные и УФ-лаки (офсетного, флексографского и трафаретного нанесения). Все они были протестированы на производстве, и стало понятно, что у них отличные перспективы. В настоящий момент краски и лаки успешно поставляются нами в московские и региональные типографии. Хочется отметить, что компания Arets Graphics особое внимание уделяет УФ-технологии.

ГАРТ: Но краски только листовые?

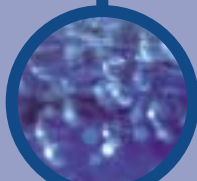
Ю. К.: Да, фирма Arets Graphics всегда специализировалась на красках для листового офсета. Она входила в группу Trenal, в составе которой было производство красок для рулонной печати. Теперь, когда владельцы продали Trenal фирме Akzo Nobel Inks, рассматривается вопрос о начале производства красок для рулонной печати на заводе Arets Graphics. Так что, возможно, до конца года в нашем ассортименте появятся и эти краски.

ВСЕ ЧТО НУЖНО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА!



Краски, лаки и вспомогательные материалы фирмы

Arets Graphics (Бельгия)



- Универсальные триады: **All Round, Nature Set, Fast Fresh IR**
- Триада повышенной интенсивности: **Nature Intensive**
- Триады, стойкие к истиранию: **2002 MAT, Nature Board**
- Краски по системе смешения **PANTONE**
- Фолиевые краски
- Флуоресцентные краски для видимой и невидимой области спектра
- Металлизированные краски
- Защитные краски
- УФ-краски
- Лаки: масляные лаки, дисперсионные лаки, УФ-лаки
- Вспомогательные материалы: большой ассортимент различных добавок для традиционных офсетных красок, УФ-красок и лаков, а также материалов для оптимального ведения печатного процесса.



**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

РеаЛайн

Москва, ул. Лапина, д. 17а, офис 608, тел.: (095) 787-5905,
факс: (095) 362-5142, e-mail: sales@realine.ru www.realine.ru

Санкт-Петербург, ул. Звенигородская, д. 11, тел.: (812) 325-8365,
факс: (812) 325-8366, e-mail: realine_spb@hotmail.ru

Ростов-на-Дону, ул. Фрунзе, д.3, офис 21,
тел./факс: (8632) 20-3742



**Виталий
ГЕНОВ**

«Терем»

Директор
по продажам



**Михаил
ШПИЛЬКИН**

«Терем»

Руководитель отде-
ла расходных мате-
риалов

ГАРТ: «Терем» поставляет традиционные пластины Plurimetal, а также пленку и пластины для СТР AGFA. Давайте начнем с Plurimetal: мы посчитали рынок пластин, и оказалось, что доля Plurimetal в общем объеме импорта достигла 5%. В чем Вы видите причины такого роста?

М. Ш.: За всех говорить сложно, могу сказать про «Терем». Мы стали очень активно заниматься традиционными пластинами, поэтому их продажи, соответственно, начали расти.

ГАРТ: Число поставщиков по этой позиции существенно увеличилось?

М. Ш.: Да, и мне кажется, это связано с двумя обстоятельствами. Не могу ручаться за достоверность информации, но ходят слухи, что Lastra не справляется с заказами. Вторая же причина в том, что производственные линии у Plurimetal более новые и, соответственно, качество пластин выше. Хотя, в общем-то, качество пластин у всех трех производителей группы Lastra приблизительно одинаковое, а все остальное — просто маркетинговые ходы поставщиков.

Так или иначе, мы планируем, что к концу года наши продажи пластин Plurimetal удвоятся по сравнению с прошлым годом, как и продажи пластин для СТР.

ГАРТ: Но пока основной объем продаж составляет пленка?

В. Г.: Да, на рынке пленки идет ценовая война и ощущается давление со стороны Kodak. Правда, в этом году прессинг прекратился, но вот в конце прошлого года долларовые цены на пленку этого производителя были очень низкими. Могу сказать, что доля рынка, которая принадлежит пленке AGFA, не изменилась. Возможно, Kodak увеличил объемы за счет долей других производителей.

Что касается «Терема», то я думаю, что к концу года продажи СТР-пластин в денежном выражении все же догонят продажи пленки.

ГАРТ: Как Вы оцениваете рынок СТР-пластин?

М. Ш.: На сегодня в России реально работают 16–18 устройств. Загрузка каждого составляет 1–2 тыс. м² пластин. Есть, конечно, и исключения из правил, но они не сильно меняют общую картину — среднестатистический клиент в России покупает 1 тыс. м² пластин в месяц. Факт, что у большинства владельцев СТР по тем или иным причинам остались еще и пленки. Они могут выводиться в типографии, их может привозить заказчик, но доля традиционного процесса у многих владельцев СТР все еще достаточно большая.

Это означает, что весь рынок СТР-пластин составляет около 20 тыс. м² в месяц. «Терем» является на се-

годня одним из крупнейших поставщиков на нем.

ГАРТ: А как распределяются доли производителей на рынке пластин для СТР?

В. Г.: Реально на российском рынке присутствуют три производителя: AGFA, Kodak и FujiFilm. По нашим оценкам, доля пластин AGFA составляет не менее 40%. Примерно столько же у пластин Kodak.

ГАРТ: У фирмы AGFA самый широкий ассортимент пластин для СТР, поэтому Вы можете предложить клиентам именно то, что им требуется. Наверное, пластины AGFA легко продавать?

М. Ш.: Продавать пластины для СТР вообще непросто. Главная проблема заключается в том, что большинство владельцев устройств имеют самые разные печатные машины и, соответственно, им требуются пластины самых разных форматов. Нам приходится инвестировать достаточно много средств в создание складских запасов. Производство пластин нестандартных форматов требует больше времени, и минимальная партия может составлять многомесячный запас для среднего устройства СТР, установленного в России. Приходится искать компромиссы.

ГАРТ: Анонсированы новые фотополимерные пластины AGFA для фиолетового лазера?

М. Ш.: Да, они станут доступны через несколько месяцев.

ГАРТ: Видимо, скоро появится и версия Galileo с фиолетовым лазером 30 мВт, а серебросодержащие пластины уйдут в прошлое?

В. Г.: Нет, не уйдут. Новые фиолетовые пластины AGFA предназначены, в первую очередь, для газетного производства, где требуются высокая производительность и возможность делать обжиг пластин для повышения их тиражестойкости. Серебросодержащие же пластины предназначены для

сектора коммерческой печати. Считается, что на них можно достичь более высокого качества.

По нашему опыту, СТР с серебросодержащими пластинами менее прихотливы, с ними меньше проблем при установке и запуске. Фотополимерные пластины — технологически более сложные, они требуют предварительного нагрева перед проявлением. А если вспомнить, насколько велика база установленных устройств с фиолетовым лазером мощностью 5 мВт, то становится понятно, что серебросодержащие пластины — надолго.

ГАРТ: Но ведь они более дорогие?

М. Ш.: Я хотел бы подчеркнуть, что у фирмы AGFA цены на пластины различных типов — одинаковые. И термальные, и серебросодержащие, и фотополимерные продаются по одной цене.

ГАРТ: Состояние рынка расходных материалов для СТР напрямую зависит от числа установленных устройств, поэтому давайте поговорим и о продажах самих СТР.

В. Г.: В предыдущем интервью я оценивал количество устройств, которые будут установлены в этом году, в 20 единиц, но уже сегодня можно предположить, что их будет не менее 24. Мы обещали продать 30% от этого числа и, я полагаю, с задачей справимся.

ГАРТ: Это означает, что Вы установите восемь устройств еще до конца года?

В. Г.: Да. Подписанные на сегодняшний день контракты говорят о том, что в ближайшие два месяца, еще до выставки «ПолиграфИнтер», мы должны установить пять систем СТР. На самом деле, 30% — вполне оправданная доля, она соответствует доле AGFA на мировом рынке устройств СТР.

ГАРТ: Проводившаяся «Теремом» акция СТР-drive помогла в продажах?

В. Г.: Да, яркий пример — «Смоленский полиграфком-

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?

www.kursiv.ru/GART

бинат». Надо сказать, что даже тестовая эксплуатация системы CTP требует от специалистов полиграфического предприятия серьезной подготовки, ведь это внедрение новой технологии. Но по результатам месячной эксплуатации в Смоленске устройство AGFA Galileo VXT убедительно продемонстрировало все преимущества технологий CTP, и руководство комбината приняло решение о его приобретении.

ГАРТ: А есть ли отличия в продажах устройств CTP и фотовыводных устройств?

В. Г.: Конечно, есть, но несущественные. Это задача для интегратора, а «Терем» всегда занимался системной интеграцией. Надо заметить, что мы являемся единственной компанией, которая имеет опыт поставки и сервисного обслуживания устройств, использующих три различные технологии экспонирования пластин.

Как один из примеров можно привести типографию «Стезя». Сейчас мы собираемся организовать там единую систему управления рабочими потоками для двух устройств CTP — их «старого» Galileo, в котором мы будем менять систему экспонирования, и нового Xcalibur, который будет установлен в Йошкар-Оле в ближайшее время.

На продажи устройств CTP оказывает влияние и еще один фактор — установленная база фотовыводных устройств. Обычно клиенты лояльны к той марке, на оборудовании которой уже работали. Например, типография, имеющая фотовывод Scitex, скорее всего, не будет покупать CTP фирмы AGFA, потому что это повлечет за

собой переход на новое программное обеспечение, переобучение персонала и так далее. Проще купить устройство той же фирмы. Хотя, конечно, по-всякому бывает, но установленная база устройств AGFA очень большая, и нам это помогает.

ГАРТ: А что можете сказать о перспективах фотовыводных устройств?

В. Г.: Я считаю, что спрос на пленочную технологию в России будет устойчивым еще в течение 1–2 лет. И мы продолжаем работать над формированием интересных для пользователей предложений комплексов ФНА. К концу лета мы рассчитываем подписать официальный контакт с известным производителем систем экспонирования компанией ECRM, благодаря которому сможем предложить на рынок ФНА, а также мало- и полуформатные системы CTP Масо. Кроме того, наш традиционный партнер AGFA к концу лета объявит о выпуске двух новых моделей ФНА Avalpha. Мы рассчитываем продемонстрировать все эти новинки на выставке «Полиграф-Интер 2003» и приглашаем всех посетить наш стенд.

РЕЗУЛЬТАТ TEST-DRIVE

Компания «Терем» установила комплекс прямого вывода офсетных форм в федеральном государственном унитарном предприятии «Смоленский полиграфический комбинат». В составе комплекса: система AGFA Gallileo VXT, управляющий программный комплекс AGFA Arapree Series 3 и устройство цветопробы AGFA Sherpa. Контракт был подписан после пробной эксплуатации системы в рамках программы «CTP Test Drive».

УСПЕХ - ЭТО УСПЕТЬ



РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

Пластины AGFA

для CTP подходят к системам:

AGFA, Autologic, Creo, ECRM, Escher Grad, ESKO Graphics, Heidelberg, Fujifilm, Krause, Lüscher, Screen.

Консультации по эффективному использованию CTP-пластин: тел. (095) 956-0404



Москва: ул. Спартаковская 11
тел.: (095) 956-0404, факс: (095) 956-5518
e-mail: sales@terem.ru, www.terem.ru

Санкт-Петербург:
тел./факс: (812) 327-1031
www.terem.spb.ru

ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРЕМ

Рынок офсетных пластин

Мы публикуем очередные оценки объема импорта в Россию офсетных пластин различных производителей.

Напомним, что в секторах «Германия» и «Италия» — материалы, в декларации на которые марка указана не была, но соответствующая страна значилась как место производства. В Германии производятся пластины AGFA и Kodak Polychrome. В Италии работают производства Lastra, Plate и Plurimetal (они входят в группу Lastra), а также фирмы Vela.

На этот раз мы впервые подсчитали месячное потребление пластин для СТР. Большое спасибо поставщикам материалов и типографиям, предоставившим нам свои данные для расчета.

Надо сказать, что этот рынок быстро растет. Например, в типографии «Новости» за семь месяцев доля пластин, производимых на устройствах СТР, выросла с 13 до 70%. Это и понятно, ведь преимущества технологии СТР очевидны.

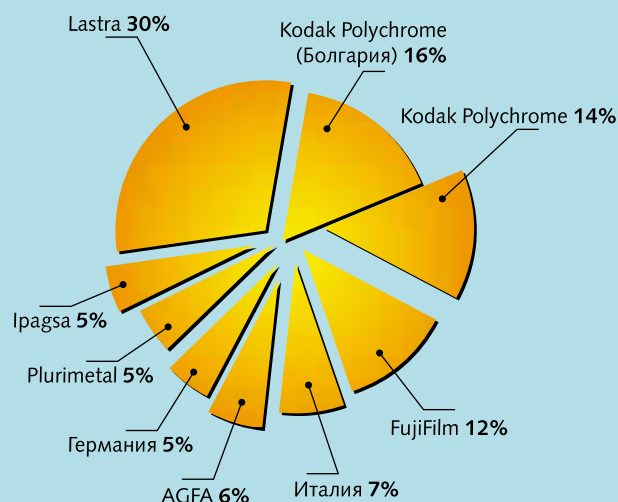
Благодаря крупнейшим потребителям, доля термальных пластин все еще очень велика. Наверное, в ближайшее время она сильно не уменьшится, а общий объем потребления будет расти высокими темпами.

Фиолетовых пластин пока потребляется не так много, а существенная доля «прочих» определяется наличием активно работающих газетных СТР с зеленым лазером, к которым в скором времени прибавятся новые.

Из производителей на этом рынке наибольшие доли принадлежат Lastra (пластины Extrema и LT-2), AGFA и Kodak Polychrome.

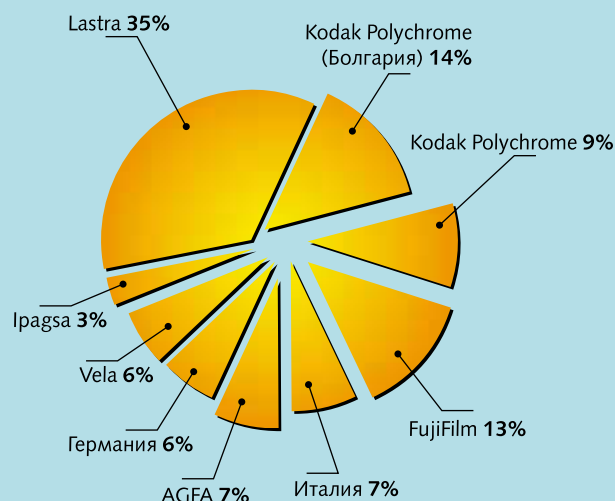
ИМПОРТ В РОССИЮ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН ЯНВАРЬ-ИЮНЬ 2003 г.

Общий объем импорта 2,61 млн. м²



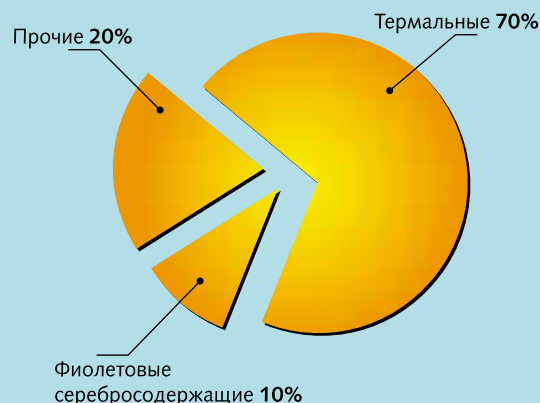
ИМПОРТ В РОССИЮ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН ЯНВАРЬ-ИЮНЬ 2002 г.

Общий объем импорта 2,43 млн. м²



РОССИЙСКОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ПЛАСТИН ДЛЯ СТР АВГУСТ 2003 г.

Общее потребление 27 тыс. м²



ИСТОЧНИК: ГАРТ

ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАШИНЫ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ КАЛЕНДАРЕЙ И СКРЕПЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ ПРУЖИНОЙ



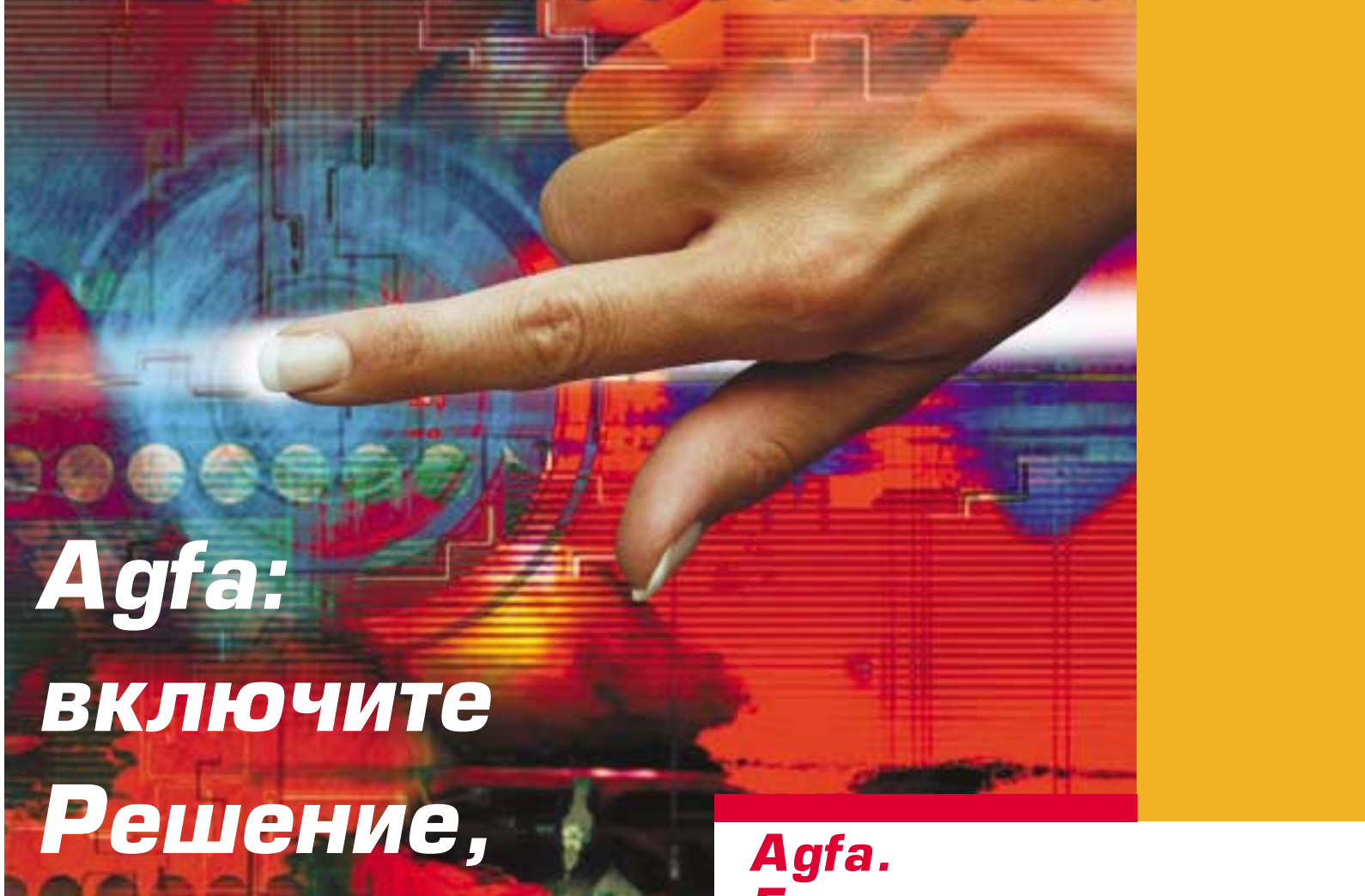
Компания «ПОЛИМАТ» (группа «Август Борг») предлагает ручные, полуавтоматические и автоматические машины для перфорации и переплета металлической и пластиковой пружиной календарей, тетрадей, блокнотов и документов.

Большой ассортимент, выгодные условия.



105254, г. Москва, ул. Верхняя Первомайская, д.47, корп. 11
Тел.: (095) 105-1112 (многоканальный),
факс: (095) 965-0365,
E-mail: polimat@augustborg.ru





Agfa: включите Решение, а не Машину.

Agfa. Больше, чем просто технологии.

Для того, чтобы достичь заметного увеличения производительности и при этом удержать себестоимость производства на необходимом уровне, требуется не только высокопроизводительное оборудование. В целом, это результат взаимодействия многих технологий, эффективности организации рабочего процесса и квалификации персонала. До того, как порекомендовать то или иное оборудование, мы внимательно слушаем Ваши пожелания, чтобы выбрать оптимальный вариант. После этого комбинация первоклассного оборудования, экспертных знаний и технической поддержки будет работать на Вас. Покупая продукцию компании Agfa, Вы выбираете план развития бизнеса, а не просто товар в коробке.

Официальные партнеры Agfa Gevaert в России:	Мак Центр (095) 956 3211	Легион Групп (812) 327 3129, (095) 105 3543	Терем (095) 956 0404, (812) 327 1031	Паритет (095) 792 5090	СКД (095) 282 4146	Комлайн (095) 913 8394	Сибирский успех (3832) 660 839	Полимат (095) 363 1701
Фототехнические пленки	■	■	■	■		■	■	■
Офсетные пластины	■	■			■			
Пластины для CtP	■	■	■		■	■		
Допечатное оборудование		■	■			■		

Представительство Agfa Gevaert NV в Москве: 115477, ул. Кантемировская, д. 58, тел: 234-21-01

AGFA 

| see more | do more |



Расходные материалы от Heidelberg



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Свобода выбора –

Комплексный подход Heidelberg по обслуживанию клиентов позволяет им сократить временные и

ОДНО ИЗ ОТЛИЧИЙ КЛИЕНТОВ

финансовые затраты. Вы всегда можете рассчитывать на высококвалифицированные советы

компании Heidelberg

и рекомендации наших специалистов–технологов. Высокое качество расходных материалов

и дополнительный сервис формируют уверенность клиентов в компании Heidelberg.

«Гейдельберг СНГ»

Россия, 127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 775 49 88
775 80 20
Факс: (095) 775 49 89
E-mail: consumables@heidelberg.com

Сервис-Центр:

Москва, Ленинградское ш. 94, корп. 1
Тел./факс: (095) 457 53 75
(095) 773 07 22
Понедельник-пятница: 10:00 – 20:00;
Суббота: 10:00 – 16:00

Адрес Магазина:

Даниловская наб., д.4а, корп. 7
Тел./факс: (095) 998 83 56
(095) 913 85 00
Понедельник-пятница: 10:00 – 20:00;
Суббота: 10:00 – 16:00

HEIDELBERG