



Экспонат
выставки

Packaging & Label
Решения от Heidelberg



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Новый Speedmaster CD 74

Благодаря наивысшей автоматизации и увеличенному формату листа – 60x74 см – производительность

специально разработан

Speedmaster CD 74 немногим меньше, чем у печатных машин формата A1. При этом стоимость часа работы

для производства упаковки

Speedmaster CD 74 на 50% ниже! С новым Speedmaster CD 74 становится рентабельным производство даже

и этикетки в формате A2

малых тиражей высококачественной упаковки на любых материалах: от тонких бумаг до картона 0,8 мм.

HEIDELBERG

«Гейдельберг СНГ», Россия, Москва, 127550, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: 095-742 34 54; факс: 095-742 34 56
E-mail: hoc@ru.heidelberg.com, www.ru.heidelberg.com

НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО

GRAPHIC ARTS NEWS

ГАРТ

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 9 ■ СЕНТЯБРЬ 2001

РОССИЙСКИЙ
РЫНОК
ОФСЕТНЫХ
ПЛАСТИН

с. 4



МАТЕРИАЛЫ

В НОМЕРЕ:

ТРЕБУЮТСЯ КОММЕНТАРИИ	3
МАГАЗИН РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ	6
HEWLETT-PACKARD ПРИБРЕЛ INDIGO	8
ВОЗВРАЩАЯСЬ К ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ	10
СОБЫТИЯ	14

Наша оценка отражает реальную ситуацию на рынке

П. Николаенко (с. 4)

После кризиса на ры- нок расходных матери- алов пришло много новых игроков

Д. Арбузов (с. 5)

Продажа оборудова- ния и продажа матери- алов — совершенно разные виды бизнеса

О. Красноборов (с. 6)

Для нас нет плохих или мелких заказчиков — мы работаем со всеми

Е. Хапкина (с. 10)

Любое производство — это, в первую очередь, отработанная технология

О. Кулык (с. 10)



Олег
КРАСНОБОРОВ
«Гейдельберг
Дигиталь»
Директор



Петр
НИКОЛАЕНКО
ДОЗАКЛ
Директор
по маркетингу

ГАРТ: Олег, Вам не кажется, что для фирмы «Гейдельберг» в России не очень логичным выглядит наличие отдельной компании по торговле расходными материалами. Как это получилось?

О. К.: Для того, чтобы понять логику, необходимо начать сначала. «Гейдельберг» в России традиционно продавал оборудование, запасные части и осуществлял сервисное обслуживание. Но в Вене, где у нас головной офис — Heidelberg East Europe, который начинал как «Бертольд и Штемпель» — на протяжении 15 лет продавались расходные материалы, и процесс шел достаточно успешно. Кроме продаж материалов это позволяло постоянно быть в курсе происходящего на рынке, потребностей типографий, а это не могло не помочь в продажах оборудования.

(Продолжение на с. 6)

ГАРТ: Петр, расскажите о Вашем предприятии.

П. Н.: ДОЗАКЛ — Дмитровский опытный завод алюминиевой консервной ленты, входящий в группу «Русский алюминий» в этом году отметил 25-летие. В его рамках — производство алюминиевых банок, единственное в России производство легковскрываемых крышек с ключиком. Производство всевозможных видов проката из алюминия, различных материалов и алюминиевой ленты со специальными покрытиями. Разработаны и выпускаются уникальные материалы для упаковки пищевой продукции.

Производство офсетных пластин — одно из старейших в рамках этого завода. Здесь впервые в России начали производить монометаллические пластины. Слово «дозакл» у полиграфистов

(Продолжение на с. 4)

Марзан

НОВАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ
НОВАЯ
ТОРГОВАЯ МАРКА
ЛУЧШЕЕ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ДОПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ
И ИЗМЕРИТЕЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ
ВИДОВ ПЕЧАТИ
ЛУЧШЕЕ
ФЛЕКСОГРАФСКОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШАЯ
ДЕМОНСТРАЦИЯ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ
ОБОРУДОВАНИЯ
ПРИЗ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ
ПРЕССЫ

Впервые
номинации:

ЛУЧШЕЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ ЦИФРОВОЙ
ПЕЧАТИ
ЛУЧШИЙ
ЗАПЕЧАТЫВАЕМЫЙ
МАТЕРИАЛ
ЛУЧШИЙ
РАСХОДНЫЙ
МАТЕРИАЛ
ПРИЗ
ПРОФЕССИОНАЛОВ

Информационная
поддержка:

ГАРТ
КУРСИВ
НОВОСТИ ПОЛИГРАФИИ
PUBLISH
ПАКЕТ
ПЕЧАТНОЕ ДЕЛО
ПОЛИГРАФБИЗНЕС
ПОЛИГРАФИЯ
ФЛЕКСО ПЛЮС

Четвертый

Хрустальный

НБЕДБМ

Марзан
2001

Организатор:
ИЗДАТЕЛЬСТВО «КУРСИВ»

ГАРТ

Всемирные полиграфические новости

Ежемесячная газета для руководителей и веду-
щих 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

Адрес редакции:

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

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Размещение рекламы: агентство AAGA

Подписано в печать: 28.09.2001

Отпечатано в типографии «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553

Заказ №

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2001

Все права защищены. Перепечатка возможна
только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция
ответственности не несет

ТРЕБУЮТСЯ
КОММЕНТАРИИ

Видимо, содержание этого номера, особенно публикуемые результаты маркетингового исследования рынка офсетных пластин в 2000 г., необходимо прокомментировать. Привести результаты исследования рынка и не пояснить позицию редакции нельзя. Мы всегда стараемся проверить предоставляемые нам для публикации данные, а по поводу исследований, которые сделаны нами, проконсультироваться с авторитетными специалистами.

Надо сказать, что результаты исследования ДОЗАКЛ, приведенные на с. 4, на первый взгляд кажутся неправдоподобными. Цифры по крайней мере спорные. Очень маленький объем рынка, большая доля пластин ДОЗАКЛ и других российских производителей, не так много итальянских пластин. Мы обратились за консультацией к поставщикам расходных материалов и получили от них ответы от категорического «все совсем не так» до «все правильно».

Конечно, каждый поставщик, отвечая на наши вопросы, преследует собственные цели. Не секрет, что производители требуют от своих дилеров статистических данных, аналогичных публикуемым в этом номере, кроме того они требуют увеличивать объемы продаж и долю на рынке. Возможно, многим дилерам выгодно, чтобы оценка объема российского рынка была заниженной. Это позволяет повысить собственные относительные показатели. Возможно, занижение объема рынка выгодно и П. В. Николаенко. Кстати, в интервью ГАРТ С. М. Галкин, будучи еще руководителем «Полиграфических ресурсов», также оценивал российский рынок офсетных пластин меньше чем в 4 млн. м². А может, так оно и есть, и все заявления о 5 млн м² исходят из некомпетентных источников?

Я попробовал проверить информацию по неофициальным каналам и обнаружил, что по двум производителям, кроме ДОЗАКЛ, объемы продаж очень

похожи на правду. Тем не менее, уверенно судить о публикуемых результатах исследования можно только в том случае, если все поставщики предоставят информацию по объемам продаж в России. Тогда ситуация прояснится, и споры прекратятся.

Ситуация с долями рынка в 2001 г. похоже сильно изменяется. Растет импорт итальянских пластин, и это видно невооруженным глазом, по крайней мере в таможенной статистике первой половины года. Но первая половина — это еще не целый год, так что новые доли и новые объемы — тема для разговора в будущем году.

В этом номере ГАРТ мы вернулись к теме цифровой печати. Запланировано это не было и произошло благодаря покупке известного производителя ЦПМ, фирмы Indigo, компанией Hewlett-Packard (HP).

Видимо, принято политическое решение о том, что HP, как и Xerox, начинает активные действия на полиграфическом рынке. Фирма Xerox активно работает над развитием рынка цифровой печати, в том числе и российского. Клиентам предлагаются условия, которые конкуренты предложить не могут. HP — еще более крупная, чем Xerox, фирма, известная своей агрессивной маркетинговой политикой. Конкуренты опасаются резких маркетинговых шагов HP, и никто не сомневается в том, что такие шаги будут предприняты. Правда, обещанные год назад цифровые печатные машины марки HP на основе технологии Indigo, стоимостью меньше 100 тыс. долл. пока не сделаны. У производителей техники для цифровой печати есть запас времени. Вопрос в том, насколько большой запас.

Андрей Романов,
главный редактор

Н О В О С Т И

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: типография «Новости»

А' ACCENT
АКЦЕНТ

Бумага Metsa Serla Galerie Art
предоставлена фирмой «Акцент»

долгое время было синонимом «офсетной пластины», как «ксерокс» — синоним «копировального аппарата».

Наше производство до сих пор остается самым крупным из трех, работающих сегодня в России. Мы знаем, сколько продают наши зарубежные конкуренты, следим за тем, как развивается ситуация на рынке. Что касается российских производителей, то их объемы производства достаточно точно рассчитываются исходя из потребляемого сырья: «Офсет-Сибирь» работает на алюминии, производимом группой «Русский алюминий», поэтому информацией о количестве потребляемого сырья мы владеем, а «Зарайский офсет» применяет импортную алюминиевую ленту — сведения о ней можно найти в таможенной статистике.

ГАРТ: Вы провели исследование рынка офсетных пластин. Какими источниками информации Вы пользовались?

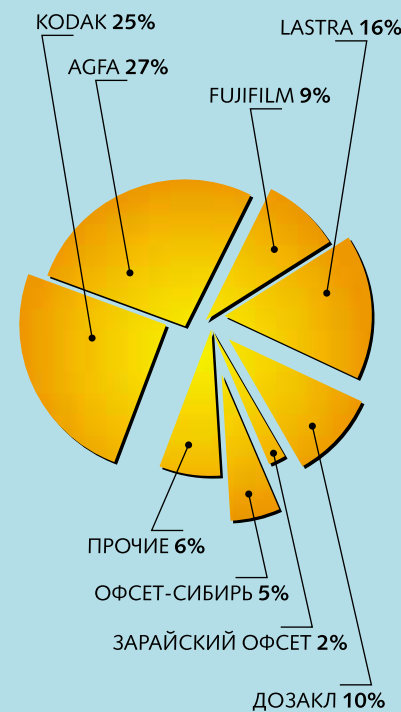
П. Н.: Мы решили провести серьезный анализ рынка, который никто еще, насколько мне известно, в России не проводил. В начале этого года мы опросили более 600 типографий из всех регионов России о парке печатных машин, ассортименте используемых пластин, марках, объемах потребления и ценах. В наш список вошло около 300 типографий с объемом потребления больше 1000 м² в год. На долю этих типографий приходится более 67% от годового объема потребления пластин в РФ. Это демонстрирует репрезентативность нашей выборки. На основании полученной в результате опроса информации мы оценили рынок офсетных пластин.

ГАРТ: А Вы не пробовали подтвердить полученные данные информацией из других источников? Из той же самой таможенной статистики?

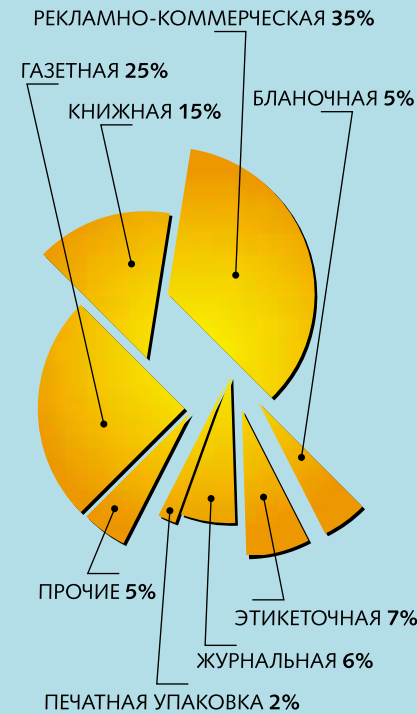
П. Н.: Я подчеркиваю, что мы оценили потребление пластин, а не объем импорта. Информация относится к 2000 г., с таможенной статистикой она во многом не совпадает. Мы имеем данные по импорту и экспорту в 2000 г., и эти данные также были использованы в расчете емкости рынка. Необходимо учитывать, что из таможенной статистики достаточно сложно получить конкретные данные в квадратных метрах. Кроме того, много импортируемых пластин продается потом за границу России, но это не всегда попадает в статистику. Я согласен, что реальное количество типографий в России тоже оце-

ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В 2000 г.

Общий объем рынка 3,7 млн м²



ДОЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН В 2000 г. ПО СЕКТОРАМ РЫНКА ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ



(ОЦЕНКИ ДОЗАКЛ)

нить достаточно сложно, ведь очень много организаций-посредников. Но мы провели маркетинговое исследование, о котором я говорил выше. Основываясь именно на результатах этого исследования, мы говорим, что наша оценка отражает реальную ситуацию на рынке.

Многие специалисты оценивают общий объем российского рынка офсетных пластин в 4,5 млн м² и более, но мы считаем, что он составляет 3,7 млн м². Прирост составляет 5–7% в год. Могу добавить, что в начале этого года в личных беседах с нашей оценкой согласился начальник Управления полиграфической промышленности МПТР Е. М. Марголин, директор по продажам в Восточной Европе и странах СНГ Kodak Polychrome Graphics К. Илиев и президент Межрегиональной ассоциации полиграфистов Б. А. Кузьмин.

ГАРТ: Вы проводили исследование с какой-то собственной целью и, видимо, затратили достаточно много денег. Помогают ли полученные результаты?

П. Н.: Мы развиваем собственную дилерскую сеть, и одним из главных результатов исследования стало то, что мы знаем, где в первую очередь сосре-

дотачивать усилия: ведь у нас есть информация по потреблению пластин в каждом регионе страны. В некоторых регионах, где у нас достаточно сильные позиции, конкуренты избрали ценовую стратегию следования за лидером. Они предлагают нашим клиентам цены на 1–2 долл. ниже наших.

Сегодняшнюю ситуацию на российском рынке можно охарактеризовать как жесточайшую ценовую конкуренцию. Любые маркетинговые инициативы конкурентов «отражаются» понижением цены. Такая ситуация характерна только для диких рынков. Сейчас на рынке расходных материалов появилось достаточно много молодых и грамотных профессионалов, которые не ставят во главу угла только ценовые методы ведения конкурентной борьбы. И это хорошо как для продавцов пластин, так и для потребителей. Ценовая конкуренция только вредит рынку. Мы всегда можем выиграть эту борьбу, благодаря большому резерву: собственному металлу и диверсификации бизнеса. Но пока мы в нее не вступаем.

Лишним подтверждением тому, что российский рынок очень сильно «про-

давлен по цене», является то, что некоторые мировые производители поставляют в Россию только старые марки пластин, потому что новые марки, с лучшими техническими показателями должны бы были стоить у нас на 1,5–2 долл. дороже.

Если вернуться к результатам исследования, то нас очень удивило, сколько продукции еще печатается высоким способом печати. Есть регионы, где этот способ печати преобладает.

ГАРТ: А как у Вас с загрузкой производства?

П. Н.: Мы могли бы производить больше пластин, но при сегодняшних ценах на рынке увеличение объема неэффективно. Я считаю, в будущем году положение улучшится. Да и на сегодняшний день во многих регионах ситуация, как говорится, «нормальная». Это Москва перенасыщена продавцами, и многие мелкие фирмы завозят «серые» пластины с истекшими сроками хранения.

ГАРТ: Как Вы оцениваете качество Ваших пластин?

П. Н.: В пластинах самое главное — стабильность параметров. Если пластины от поставки к поставке отвечают одним и тем же требованиям, и в технологическом процессе не приходится ничего менять, это и есть качество. Может быть, у нас с этим не самая лучшая ситуация, но, с другой стороны, колебания качества пластин бывают у всех производителей.

У многих типографий, особенно московских, существует предвзятое отношение к российским производителям. Часто они свою вину за огрехи в технологии валят на качество пластин. Но это не всегда так. Наши клиенты на новой импортной листовой машине печатают высококачественную продукцию с наших пластин, они также печатают тиражи более 100 тыс. на низкосортной офсетной бумаге и многокрасочные цветные газеты. Среди наших клиентов Можайский и Тверской полиграфкомбинаты, типография Михайлова в Смоленске и многие другие.

КОММЕНТАРИЙ
РЕДАКЦИИ

с. 3



Дмитрий
АРБУЗОВ
ООО АГФА

Руководитель отдела
графических систем

ГАРТ: Дмитрий, каково Ваше мнение о приведенных в этом номере результатах исследования, которое сделал ДОЗАКЛ?

Д. А.: В целом я бы согласился. Может быть, доли Kodak и FujiFilm несколько завышены, а доля итальянских пластин занижена. Но в принципе это соответствует моим оценкам. Общий объем, правда, я считаю заниженным. По моим данным, он составил в прошлом году около 4 млн м².

ГАРТ: Судя по нашей информации, в этом году доля фирмы AGFA на российском рынке офсетных пластин снизилась?

Д. А.: Этого нельзя отрицать, правда, снижение составило всего несколько процентов. Причиной стали временные перебои в поставках, вызванные тем, что AGFA приняла решение о переориентации производства на выпуск пластин для систем СТР, ведь на западном рынке идет массовый переход на эту технологию. В данный момент мощности по производству СТР-пластин серьезно увеличены и соответствуют ожидаемому росту рынка. Но этот процесс занял некоторое время и вызвал те самые перебои в поставках традиционных пластин на российский рынок. Теперь все стабилизировалось, и я надеюсь, мы вернем свою долю рынка, но нельзя отрицать и того, что агрессивная ценовая политика поставщиков итальянских пластин также сделала свое дело.

ГАРТ: Представительство будет заниматься прямыми продажами?

Д. А.: Нет, прямыми продажами мы заниматься не планируем. Все продажи идут через наших дилеров. Исключением, которое подтверждает правило, является «Пресса-1» — крупнейший потребитель пластин, который много лет использует Ozasol и имеет теперь прямой контракт с представительством.

Вообще, политика фирмы AGFA продуманная, резких изменений не происходит, все принимаемые решения очень хорошо взвешены.

Тем не менее, изменения в политике представительства есть. Мы стараемся стать ближе к партнерам, и сегодня очень большое внимание уделяем

тому, как дилеры работают с клиентами, посещаем типографии, работающие на материалах AGFA. Стараемся больше помогать дилерам, но и требуем за это большей ответственности.

ГАРТ: Как Вы оцениваете позиции AGFA на российском рынке фототехнических пленок?

Д. А.: Как очень прочные. По нашим оценкам, пленкам AGFA принадлежит от 60 до 70% рынка. Главный конкурент очень много потерял после кризиса.

ГАРТ: Существует мнение, что рынок пленки обрушен, и сделали это именно поставщики AGFA.

Д. А.: Я не считаю рынок пленки обрушенным, хотя цена на нее снизилась более чем в два раза. Необходимо напомнить, что падение цены связано с послекризисной ситуацией и было неоправдано, потому что цены в России были очень высокими по сравнению с Европой.

После кризиса на рынок расходных материалов, особенно пластин, пришло много новых игроков. Работа на этом рынке позволила многим компаниям выжить. Нельзя, конечно, отрицать, что доля «серых» материалов AGFA некоторое время назад была существенной. Теперь, правда, ситуация в корне изменилась, и «серый» импорт практически отсутствует.

ГАРТ: По-видимому, на Западе в связи с переходом на СТР потребление пленки снижается?

Д. А.: Пока потребление пленки для He-Ne-лазеров остается практически неизменным, а вот других типов — существенно сокращается. В России время для СТР наступит только через несколько лет. Тем не менее, имеющаяся на сегодняшний день даже одна успешная установка СТР в фирме «Стезя» в Йошкар-Оле — это очень хорошо. В скором времени должна заработать система СТР на «Прессе-1». Мне, кстати, очень понравилось в «Стезе», не только потому, что там СТР фирмы AGFA. Мне понравился вообще подход к делу. Было удивительно в 800 км от Москвы обнаружить оснащенную самым современным оборудованием типографию. В перспективе у нас есть еще несколько реальных проектов с устройствами СТР.

ГАРТ: А как Вы оцениваете перспективы российского рынка в целом?

Д. А.: Мы с уверенностью смотрим в будущее. Несмотря на то, что на Западе в полиграфической отрасли кризис, российская полиграфия находится на подъеме, и он продлится еще год-полтора.

Благодаря успеху в области продажи материалов в Австрии опыт был распространен на Восточную Европу. Даже в большом Heidelberg было организовано подразделение по торговле расходными материалами, но у него была несколько иная концепция, и дело не пошло.

В России же было решено попробовать повторить именно австрийский опыт, и человек, который начинал это в Австрии, г-н Цайнцингер, помог нам все организовать. Идея бизнеса — максимальный ассортимент расходных материалов на складе в Москве. Мы занимаемся продажами материалов несколько лет и наш опыт говорит, что этот бизнес нужно развивать дальше. Около полутора лет назад была создана фирма «Гейдельберг Дигиталь», которой была передана продажа материалов.

ГАРТ: Материалы поставляются через Heidelberg East Europe?

О. К.: Головной офис помог нам на начальном этапе, представил «Гейдельберг Дигиталь» производителям материалов, но работаем мы с ними напрямую. Поэтому нам была необходима собственная служба логистики, и это одна из причин, почему в России расходными материалами занимается не сам «Гейдельберг СНГ», а фирма, которую я возглавляю. Второй и, может быть, главной причиной для создания отдельной фирмы стало то, что продажа оборудования и продажа материалов — совершенно разные виды бизнеса. Оборудование может находиться в

производстве несколько месяцев, технические параметры конкретной машины могут подолгу согласовываться с заказчиком... А продажа материалов — намного быстрее: пластины, качество, формат, цена — и поставка. Очень жесткая борьба за каждую копейку, и очень важный аспект: наличие на складе. Площадь нашего склада, кстати, 2 тыс. м², и в данный момент он заполнен материалами — потому что мы готовились к осеннему всплеску спроса на рынке.

Название «Гейдельберг Дигиталь» подчеркивает отношение к крупнейшему в мире производителю полиграфического оборудования и я полагаю, что ни у кого нет сомнений по поводу качества материалов. Мы поставляем только лучшие.

ГАРТ: Но у Вас не очень много производителей материалов, с которыми есть эксклюзивные соглашения, а это может привести к ценовым конфликтам с другими игроками на рынке.

О. К.: Почему же, у нас есть эксклюзивные соглашения. Например, на немецкие краски BASF, которые успешно продаются в России. Конечно, на некоторые материалы у нас нет «эксклюзива», но есть другие преимущества. Например, мы поставляем пластины Kodak Polychrome и Lastra. Цена Lastra Future Oro удовлетворяет практически любого покупателя, но для самых высококачественных работ мы предлагаем более дорогие пластины Kodak Virage.

У нас положительный опыт работы именно таким образом: всегда есть два предложения по цене. Мы будем стараться создать такую же ситуацию

по другим ключевым позициям рынка материалов.

ГАРТ: Система продаж в России — дилерская сеть в регионах?

О. К.: Да, и развитие этой сети — наша вторая главная задача после создания и поддержания широкого ассортимента материалов на складе.

Мы занимаемся подбором региональных дилеров с самого начала работы и всегда открыты для общения с потенциальными партнерами. К дилерам предъявляются некоторые требования, но дилер, полностью выполняющий свои обязательства, имеет 100-процентную уверенность в том, что за ним сохранятся эксклюзивные права на регион.

ГАРТ: Давайте теперь перейдем к магазину.

О. К.: Почему появилась идея создания магазина: клиенты приезжали сюда, в офис на ул. Прянишникова, чтобы купить банку краски. Они оформляли документы, платили деньги и ехали на склад, чтобы получить купленный товар. А склад находится за МКАД, в пос. Шереметьево. Неудобно. Мы продумали возможные варианты, и самым привлекательным оказался именно небольшой магазин, в котором был бы представлен основной ассортимент материалов, и куда клиент мог бы приехать и купить все, что необходимо.

Мы подыскивали помещение на Павелецкой наб. и в апреле открыли магазин. За прошедшие четыре месяца результаты его работы превзошли все наши ожидания. Магазин вышел на самоокупаемость, и у нас нет сомнения в том, что оборот будет расти. После такого успешного начала мы планируем в ноябре-декабре открыть в Москве еще один магазин. До первого непросто добираться на метро, хотя на машине — удобно. Сделаем, видимо, в противоположной стороне, в районе м. Белорусская.

СКЛАД РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Борис НАЗАРЕНКО
«Гейдельберг Дигиталь»

Руководитель
магазина расходных
материалов

ГАРТ: Борис, расскажите о вашем опыте работы с клиентами.

Б. Н.: За 4 месяца у нас побывало более 150 клиентов, среди которых подавляющее большинство — московские. Правда, не может не радовать, что о нашем магазине знают и в самых дальних регионах России. Может показаться, что 150 — это немного, но не бывает такого, чтобы клиент один раз пришел и потом пропал. В магазине работают грамотные технологи, готовые проконсультировать по всем вопросам применения материалов. Это дает очень большой эффект. Магазин подразумевает наличие витрин, в том числе с новыми поступлениями. Покупатель может посмотреть, пощупать и поинтересоваться: зачем нужен конкретный раствор или краска. Ему все

объяснят и помогут сделать выбор. Бывает, даже грамотные клиенты не знают, что есть такой вспомогательный материал. Им объясняют, и продажи от этого растут.

ГАРТ: А сколько человек работают в магазине?

Б. Н.: Всего двое. Им, кстати, часто приходится задерживаться, потому что рабочий день в магазине до 20:00, а клиенты приезжают вечером и в субботу, когда магазин тоже работает. Еще одним преимуществом является то, что мы можем продавать материалы не только организациям, но и физическим лицам: у нас оформлены необходимые разрешения и есть кассовый аппарат.

ГАРТ: Главное преимущество Вашего магазина — широкий ассортимент, а помещение площадью всего 100 м² не маловато?

Б. Н.: Достаточно. У нас налажен ежедневный подвоз товара с «большого» склада. Если что-то заканчивается или попадает в критическую зону, например, остается меньше пяти пачек пластин определенного формата, то на следующий день все подвозят.

В СВЕЖИХ НОМЕРАХ ЖУРНАЛОВ

КУРСИВ

Гибридные краски
Очистка печатного оборудования
Офсет как альтернативный способ печати на полимерах
Рулонные офсетные печатные машины
Тестирование измерительного оборудования
Художники книги 20 в.



ФЛЕКСО ПЛЮС

Некоторые замечания о технологии СТР
Флексографская печатная машина и требования безопасности
Всемирная конференция по цифровой печати на упаковке
Конструктивные отличия узкорулонных машин



ПАКЕТ

Новая технология — консервирование в пластиковой таре
Оборудование для групповой упаковки картонных пакетов
Крупногабаритная тара из пластика
Характеристики бумажной упаковки
Термоусадочная этикетка
Приспособления для монтажа POS-материалов
Рынок потребителей пиццы



КАЧЕСТВО ВЫШЕ ЦЕНЫ



зпог 90



пог 60



пог 66



Офсет 52



ПОГ2-84

именно то, что нужно
для печати цветных газет

продуманная модульная конструкция
машины позволяет получать оптимальную
конфигурацию для любых видов продукции

ПОЛИГРАФМАШ
конструкторско-производственный центр

ОАО «КПЦ Полиграфмаш»
152900, г. Рыбинск,
ул. Луговая, 7
т. (0855) 26-32-03, 26-77-22
ф. (0855) 26-32-03
E-mail: rpm@yaroslavl.ru

Представительство в Москве:
ООО «Поливест-М»
105023, г. Москва,
ул. М. Семеновская, д. 3а, оф. 914
т/ф. (095) 964-8345, 964-9967
E-mail: rpm_moscow@mail.ru

Не пора ли ЗАПРАВИТЬСЯ?

До 30 сентября
в магазине
при предъявлении
купона скидка 5%



8 882805 197503

Расходные материалы для офсетной и флексографской печати

Heidelberg Digital
127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2а
тел.: (095) 742 34 57
Digital@ru.heidelberg.com

Адрес магазина:
Даниловская наб., д. 4а, корп. 7
тел.: (095) 913 85 00; 773 80 61
Понедельник-пятница: 10:00-20:00
Суббота: 10:00-16:00

HEIDELBERG

ТЕПЕРЬ HEWLETT-PACKARD

Сделка Hewlett-Packard (HP) по покупке фирмы Compaq, в результате которой образуется крупнейшая в мире компания — поставщик компьютеров, очень активно обсуждалась во всем мире. На фоне этого HP приобрел Indigo можно сказать тихо и по-семейному. Год назад, когда HP инвестировал в голландского производителя цифровых печатных машин 100 млн долл., все ожидали, что это закончится поглощением Indigo. Но объявление, сделанное в первый день выставки Print 01, оказалось для многих неожиданным. Бенни Ланда (Benny Landa), основатель и руководитель Indigo, сообщил собравшимся на пресс-конференцию о том, что компания Indigo приобретена фирмой HP. Сумма покупки оценивается в 1 млрд долл.

После этой сделки фирма Indigo превращается в крупнейшего игрока на рынке — работа в рамках HP обеспечивает практически неограниченные возможности. HP является крупнейшей корпорацией, даже без учета приобретения фирмы Compaq. Руководитель HP — Карла Фиорина — в рейтинге журнала Fortune находится на первом месте среди самых влиятельных женщин мира. Энн Малкэй, руко-

РУКОВОДИТЕЛИ COMPAQ И HP НА ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ



водитель Xerox, в этом же рейтинге занимает лишь 18 место.

Как раз к выставке фирма Indigo анонсировала несколько новых продуктов, в том числе ЦПМ Indigo Platinum, которая использует новую экспонирующую систему, обеспечивающую, по словам представителей фирмы, высококачественную печать равномерных плашек.

В связи с приобретением Indigo возникает вопрос: кто теперь будет отвечать за продажи машин в странах, где есть и представительство HP и дистрибьютор Indigo, как, например, в России. Пока решения нет, но HP, по всей видимости, никак не заинтересован в разрушении сбытовой и сервисной сети Indigo, ведь имея очень хорошие позиции на офисном рынке, в полиграфической области HP не имеет ни людей, ни опыта продаж.

А. МАЛКЭЙ ПРЕДСТАВИЛА НОВУЮ ТЕХНОЛОГИЮ



XEROX

Можно сказать, что после объявления HP, Xerox для полиграфистов уже кажется своим, близким, можно сказать полиграфической фирмой.

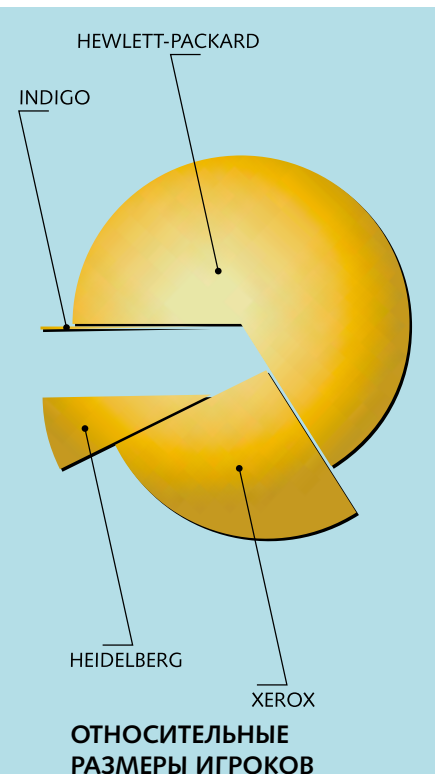
Проведенный в день открытия выставки опрос посетителей стенда Xerox показал, что более половины ответивших рассматривают цифровую печать, как лучшую возможность для развития бизнеса.

На выставке была представлена в действии новая технология Xerox — iGen3, ранее носившая название FutureColor. В сочетании с другими продуктами она откроет новые возможности в цифровой печати полноцветной персонализированной продукции.

Скорость печати iGen3 — 6 тыс. отпечатков А4 в час. Предполагаемая стоимость расходных материалов будет существенно ниже, чем у имеющихся на рынке машин. Объявлено, что поставки машин начнутся во второй половине 2002 г.



Бенни Ланда: «Наша отрасль становится полем битвы гигантов. Ставки слишком высоки, чтобы их могла игнорировать компания, планирующая заниматься цифровой печатью»



Б. ШРАЙЕР: «МЫ БУДЕМ ЛИДЕРАМИ В ЭТОМ СЕКТОРЕ»



HEIDELBERG

По традиции перед открытием выставки руководители крупнейших фирм встречаются с прессой. В своем выступлении перед открытием Print 01 Б. Шрайер сказал: «В течении семи лет производство цветной продукции способом цифровой печати вырастет в 10 раз. И NexPress — машина, с которой наши клиенты смогут принять участие в этой революции»

Во время выставки было продано более 70 машин NexPress 2100, причем несколько десятков машин уже отгружены покупателям. Несмотря на то, что NexPress разработан на совместном с компанией Kodak Polychrome предприятии, эксклюзивные права на продажу

машин принадлежат фирме Heidelberg. Не имевшей ранее опыта продаж цветных цифровых печатных машин фирме пришлось создать новое подразделение по их продажам и сервису. В подразделении работают не только специалисты по продажам и консультанты, но и инженеры, которые могут в случае технических проблем прибыть к клиенту в самое короткое время.

На выставке Print 01 была продемонстрирована новая модификация Quickmaster DI Pro, приходящая на замену обычному DI, которых установлено во всем мире более 1600. Основное отличие новой модификации — повышенная на 43% производительность. Уже после выставки пришло сообщение о том, что была отгружена юбилейная, сотая машина Speedmaster 74 DI. Покупателем стала японская типография, в которой уже установлены три таких машины.

Несмотря на появление новых конкурентов, перспективы Heidelberg на рынке коммерческой цифровой печати оцениваются как очень хорошие, во многом благодаря тому, что 400 тыс. печатных машин этой фирмы установлены в более чем 240 типографиях.

СЛИЯНИЕ BARCO GRAPHICS И PURUP-ESKOFOT

Новая компания будет называться ВРЕ и ее будущий годовой оборот оценивается в 250 млн евро.

Судя по финансовым отчетам группы Barco, у Barco Graphics в 2001 г. дела шли не очень хорошо, продажи сократились. В рамках группы Barco, в которую входят 5 подразделений, Barco Graphics принадлежала около 17% объема продаж.

Фирма Purup-Eskofot, владельцами которой являются наследники создателя группы LEGO, специализируется на допечатном оборудовании. Разработанное Barco устройство СТР очень большого формата Mondrian успешно дополнит СТР, предлагаемые фирмой Purup-Eskofot. Кроме того уверенные позиции Barco на рынке программного обеспечения для проектирования упаковки должны способствовать в продвижении решений Purup в этом очень важном секторе производства печатной продукции.

КОНВЕРТЫ СДЕЛАНО В РОССИИ



www.konvert.ru

ПОЗВОНТЕ

279-4402, 279-6888
279-3995, 279-3957
279-5543, 279-1790

Конверты стандартных размеров
Конверты с окном
Конверты с отрывной лентой (самоклей)
Конверты с печатью логотипов
Полноцветные фирменные конверты



ОАО «МОСКОВСКАЯ ТИПОГРАФИЯ №11»

NEW

в продаже
с III квартала 2001 года

INDIGO Platinum

Платина цифровой печати

Цена от \$199 900*
Гарантия до 3 лет
Себестоимость оттиска \$0,05**

- Новая технология ИТТ***
- Линиатура от 175 до 230 lpi
- Скорость печати до 8000 оттисков А4 в час
- Красочность до 6+6 за 1 прогон
- Монохромная или цветная персонализация оттиска



INDIGO Platinum

- Минимальный тираж — 1 оттиск
- Отсутствие приладки и цветопробы
- Печать персонализированных работ
- Pantone, смешанные и специальные краски
- Шестицветное растривание
- Разнообразные запечатываемые материалы
- Возможность дооснащения

* Цена машины без опций на условиях FOB-Голландия.
** Себестоимость за оттиск формата А4 (4+0).
*** ИТТ (Image Tracking Technology) — технология динамического экспонирования фотоформы, используемая в машинах второго поколения.

Ульяновск «НИССА-Волга» (8422) 365-175
Волгоград «НИССА-Регион» (8442) 735-095
Екатеринбург «НИССА-Урал» (3432) 554-452
Новосибирск «НИССА-Сибирь» (3832) 106-035

Фирма «НИССА Центр»
тел.: (095) 956-7719
факс: (095) 259-9589
http://www.nissa.ru
E-mail: nissa@nissa.ru

nissa centre

Полиграфическое оборудование: ■ допечатное ■ листовой офсет ■ цифровой офсет
■ флексографская печать ■ ролевая печать ■ послепечатное оборудование



Елена ХАПКИНА
Печатный салон
«Экстраprint»
Генеральный директор

ГАРТ: Елена, у Вашей фирмы очень большой опыт работы на рынке цифровой печати. Были различные экономические ситуации и разные конкуренты. За счет чего Вам удается конкурировать?

Е. Х.: Просто мы умеем работать с заказчиками. «Экстраprint» никогда не был «дешевым» салоном, у нас высокие цены, но и техника соответствующая. Кроме ЦПМ Indigo E-Print 1000+ есть большой набор достаточно дорогого послепечатного оборудования.

Сейчас, кстати, загрузка у нас больше, чем до кризиса. Мы печатаем самую разную продукцию, преобладают тиражи более 100 экз. Тем не менее, самыми выгодными заказами для цифровой печати, безусловно, остаются визитные карточки. И мы печатаем их очень много, бывают настоящие «месячники визиток».

ГАРТ: В чем заключается Ваше умение работать с заказчиками и кто они?

Е. Х.: Что такое умение — нельзя объяснить в двух словах. Для нас нет плохих или мелких заказчиков, мы работаем со всеми. У нас очень большой опыт работы, и за долгую историю мы

никого не подвели, всегда все делали вовремя.

Люди, которые приходят или звонят и хотят напечатать по самым низким ценам — обычно посредники, желающие заработать на одном заказе сразу много денег. У нас доля таких клиентов невелика. Наши постоянные клиенты — в основном конечные заказчики, работа с которыми требует больших затрат времени на подготовку и «доведение до ума», но такие заказы приносят и большую прибыль.

ГАРТ: Вы, наверное, хорошо представляете себе, какой должна быть сегодня цифровая печатная машина.

Е. Х.: У нас на сегодняшний день все получается, и получается хорошо, хотя назвать идеальной нашу машину нельзя, ведь приобретена она была в 1997 г. Но мы все это время очень бережно относились к оборудованию, чистили и выполняли профилактические работы. Почти никогда не печатали «офсетных» тиражей. Впечатывали, правда, персонализацию тиражом до 17 тыс. оттисков в листы, отпечатанные офсетом, но всегда следили за тем, чтобы офсетные листы заказчик предоставлял чистые, без противоотмарочного порошка и т. п. Все это и позволило сохранить оборудование в таком состоянии, что сегодня, через четыре года, оно отлично работает.

Что касается машины, о которой Вы спрашиваете, то мы следим за развитием техники для цифровой печати, но считаем, что идеальной для сегодняш-

ИНТЕРВЬЮ

INDIGO К КОТОРОЙ БЕРЕЖНО ОТНОСЯТСЯ



него московского рынка цифровой печатной машины пока нет ни у одного производителя. Возможно, есть «идеальный комплект», в который входит цифровая машина и традиционный листовой офсет.

ГАРТ: А почему Вы до сих пор не приобрели офсетную машину?

Е. Х.: Приобретение планируется уже давно. Когда стало понятно, что у нас получается зарабатывать деньги на цифровой печати, мы поняли, что получится и в офсете. Ведь там тоже большая доля успеха — умение работать с заказчиками.

Думаем приобрести две малоформатные машины, одно- и четырехкрасочную. Пока не решено, какой марки. У нас есть три предложения: Namada, Heidelberg и Ryobi — думаем, кому отдать предпочтение. Одна из сложностей, которая больше всего тормозит проект — непригодность здания для установки тяжелой техники: перекрытия не выдержат, поэтому подыскиваем для типографии новое помещение.

ГАРТ: А Вас не беспокоит большое количество установленных в последнее время в Москве цифровых аппаратов фирмы Xerox?

Е. Х.: Скажу честно, сначала нас это волновало, но через некоторое время стало понятно, что на рынке цифровой печати не все решает цена оттиска. Заказчики, попробовав печатать в новых типографиях, вернулись к нам, несмотря на то, что там порой было дешевле.

Кроме того, рынок растет, и вновь установленные машины привлекают новых заказчиков, тех, которые не знали о возможностях цифровой печати. Заказчики знакомятся с рынком, переходят из одной типографии в другую, приходят и к нам. Я считаю, что для всех цифровых типографий выгодна пропаганда услуг цифровой печати, и объединение усилий в этом направлении может обеспечить более быстрый рост рынка.

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ



Валерий КРУТОВ
Компания А1 ТИС
Руководитель отдела по работе с ключевыми заказчиками

ГАРТ: Валерий, фирма Xerox уже год ведет активное наступление на полиграфический рынок, и в России достигнуты некоторые успехи. Теперь и дилеры Xerox с офисного рынка двинулись в полиграфию?

В. К.: Для нашей компании полиграфический рынок очень интересен. Причем у нас есть не только желание, но и возможности успешно работать на нем. Мы видим проекты разного масштаба — от небольшого сервис-бюро при рекламном агентстве до крупного провайдера услуг цифровой печати. А в линейке продуктов Xerox есть различные решения, которые могут отвечать любым требованиям клиентов по качеству печати, цене и производительности.

ГАРТ: Мы уже писали о большом успехе аппаратов DocuColor 12 на российском рынке.

В. К.: DC 12, безусловно, стал бестселлером 2001 г. как на офисном рынке, так и на рынке коммерческой печати. Это объективно лучший аппарат, и я полагаю, спрос на него будет расти. Широкий спектр возможностей работы с изображением, печать на очень плотной бумаге, высокое качество и низкая себестоимость оттиска — вот только некоторые достоинства DC 12. Например, имея готовый макет в электронном виде, можно за несколько минут изготовить 100–200 визиток, а через минуту приступить к изготовлению тысячного тиража листовок.

Мы выходим на полиграфический рынок с серьезными намерениями и не собираемся делать ставку только на один, даже очень успешный, продукт. Наша цель — поставка комплексов для цифровой печати на базе различных видов оборудования фирмы Xerox. Возможно, в ближайшее время основной объем продаж будет приходиться на DC 12, но ведь есть и более мощное оборудование для цифровой печати: DocuColor 2045 и 2060. Именно эти аппараты и предназначены для рынка коммерческой печати, и у них также прекрасные перспективы в России. Очень важным преимуществом серии DocuColor является сервисная программа, обеспечивающая фиксирован-

ную себестоимость оттиска. У конкурирующих производителей такой программы нет. Но кроме DocuColor, есть системы черно-белой печати DocuTech, есть и принтеры Phaser, которые мы также считаем ключевыми продуктами для полиграфического рынка.

ГАРТ: В чем преимущества Вашей компании по сравнению с другими фирмами, предлагающими технику Xerox на этом рынке?

В. К.: В этом году нашей компании исполняется десять лет, и все эти годы мы занимаемся исключительно поставками оборудования и технологических решений Xerox. У нас большой опыт поставок в крупные организации, и мы умеем индивидуально работать с каждым заказчиком. Я не уверен, что работающие на полиграфическом рынке поставщики оборудования для цифровой печати обладают таким потенциалом, как мы. На сегодняшний день в А1 ТИС работают более 50 специалистов, из них в отделе прямых продаж компании 14 человек, имеется своя сервисная служба. Кроме оборудования мы, конечно, поставляем и оригинальные расходные материалы Xerox. На рынке офисного оборудования большинство наших клиентов — постоянные.

ГАРТ: Предполагаете, что Ваш опыт работы позволит достичь успеха?

В. К.: Я надеюсь, что так и будет. Полиграфическим предприятиям мы предлагаем индивидуальный подход, начиная с подбора оборудования, и заканчивая возможными индивидуальными финансовыми условиями. На рынке коммерческой печати клиент, приобретая технику, покупает себе средства производства. Здесь нужно не просто купить аппарат, это должно быть продуманное решение, которое будет приносить клиенту деньги. Я приглашаю тех, кто задумывается о приобретении техники для цифровой печати, к нам, чтобы сесть и попробовать вместе все посчитать. Конечно, это не бизнес-план, но в качестве черного плана развития он вполне сойдет. Главное, что он будет не только осторожный и взвешенный, но и самое важное: индивидуальный, учитывающий возможности и особенности конкретного заказчика.

Хотелось бы отметить, что, по моим ощущениям, рынок цифровой печати в Москве развивается очень динамично. Это подтверждается объемами поставляемой техники. Тот, кто раньше будет иметь в своем салоне или типографии «цифру», быстрее успеет занять эту высокоприбыльную нишу рынка.



У Д О С Т О В Е Р Е Н И Я
П Р И Г Л А Ш Е Н И Я
А Ф И Ш И
М Р О П У С К А
Ю
Б Л А Н К И
О Т К Р Ы Т К И
Б Р О Ш Ю Р Ы
Л И С Т О В К И
Б У К Л Е Т Ы
К А Л Е Н Д А Р И
Ф Л А Е Р С Ы
В И З И Т К И
Т е л . : 9 5 6 - 3 9 9 8 , 9 5 6 - 1 5 1 5
2 - я Т в е р с к а я - Я м с к а я , д . 1 0



ПЕЧАТНЫЙ САЛОН

Экстраprint

ОПЕРАТИВНАЯ ЦИФРОВАЯ
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ
ТИРАЖОМ ОТ 1 ЭКЗЕМПЛЯРА
ПЕЧАТЬ БЕЗ ПЛЕНОК
ЦВЕТОПРОБА К ТИРАЖУ

Лич. Сервис ПД №0499

Название:

Год образования:

Адрес:

E-mail:

Телефон/факс:

А1 ТИС

1991

Мясницкая 17

sale@a1tis.ru

921-2717

Сфера деятельности:

Поставка оборудования XEROX

для полноцветной печати.

Сервис и техническая поддержка.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

КОПИРОВАЛЬНАЯ ТЕХНИКА

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

СЕРВИС





Олег
КУЛЫК
«Спринглайн»
Генеральный
директор

ГАРТ: Что Вы можете сказать о конкурентах?

О. К.: Их достаточно много. Это и импортеры, и российская компания «Полимат», которая была создана примерно в тоже время, что и наша. Но для нас намного более важной является конкуренция с поставщиками импортных пружин. Причина в том, что внимание потребителей сфокусировано на российской продукции. Люди так устроены: их многие годы приучали, что если российское, значит хуже импортного. Клиенты чуть ли не в микроскопы рассматривают наши пружины и упрекают нас за такие мелочи, на которые у импортных пружин никто не обращает внимания.

Мы очень внимательно изучили все пружины, которые поставляются на российский рынок. Оказалось, что двух одинаковых пружин в природе не существует. Производители используют оборудование разных типов, разного возраста и проволоку разных поставщиков.

Мы остановились на том, что решили придерживаться технологических рекомендаций и не экономить. Делать, например, пружину 1/4 из проволоки диаметром 0,7 мм, как и положено по технологическим инструкциям. Некоторые производители нарушают технологию и используют проволоку другого ди-

аметра, что приводит к нарушению жесткости пружины.

Мы стремимся делать пружины максимально высокого качества. Тем не менее, любое производство — это в первую очередь отработанная технология. На отработку уходит некоторое время, и мы на сегодняшний день практически вышли на уровень, который соответствует лучшему европейскому качеству.

ГАРТ: Пружины используются как для офисных, так и для полиграфических работ. Какой рынок для Вас сегодня более важен?

О. К.: Мы ориентируемся на типографии, как на основных потребителей пружин в бобинах, которые мы сейчас и производим. Тем не менее, у нас есть планы по производству нарезанной пружины.

ГАРТ: Какова на сегодняшний день доля российских производителей пружин на рынке?

О. К.: Сейчас я не стал бы брать на себя смелость давать такие оценки. Нужно дождаться конца сезона. Мы проводим исследование рынка. Получим данные, тогда и оценим доли.

ГАРТ: Олег, «Спринглайн» — один из двух российских производителей пружин для календарей. Расскажите, как идут дела, ведь наступает «сезон».

О. К.: Я бы определил «Спринглайн» как российского производителя расходных материалов для полиграфии, потому что кроме пружин мы начинаем производство обложек из картона и ПВХ, скоро будем делать ригели для календарей. Я думаю, что и на этом мы не остановимся.

ГАРТ: Это материалы, которые традиционно импортировались.

О. К.: Да. Наше производство входит в группу «Копитан», которая имеет большой опыт успешной поставки оборудования и материалов для скрепления пружины. Многолетним партнером «Копитан» является фирма Renz. При создании «Спринглайн», в процессе выбора оборудования и поставщика материалов, нам помогали специалисты Renz, у которых большой опыт производства пружин и оборудования для скрепления. Возможно, это помогло нам избежать больших ошибок в начале. Помогло и испытание наших пружин в лаборатории Renz.



ПРОИЗВОДСТВО
ПРУЖИН И СКЛАД
ГОТОВЫХ МАТЕРИАЛОВ



ПолиграфИнтер -2001
30.10–04.11/2001



БУМПРОМЭКСПО – 2001
04–07.12/2001

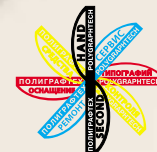


**УПАК
КАРТОН**
РОССИЯ
17–20.12/2001



росупак 2002
18–22.06/2002

**Россия
LabelShow
2002**
Москва
13–16.03/2002



ПОЛИГРАФТЕХ
2003



DigiPrintMedia
25–28.03/2002

**Выбери
свое!**

КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
СОКОЛЬНИКИ



ГАРАНТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УЧАСТИЯ
www.exposokol.ru

СПРИНГЛАЙН

Мировое качество Российских пружин

КОПИТАН

Проволока BEKAERT - Nylobind

✓ Евростандарт 0.7 0.8 0.9 мм

Технология Bielomatik

**✓ Полный цикл производства
Комплексный контроль качества**

Экономичные катушки OSC

**✓ Многоразовое использование
Возврат катушек**

www.kopitan.ru
(095) 251-0043



ЮБИЛЕЙ ФИРМЫ «БЕРЕГ»

В сентябре фирма «Берег» — крупнейший поставщик бумаги на российском рынке — отпраздновала свое десятилетие. Это праздник, безусловно, стал наиболее торжественным, можно даже сказать помпезным, из всех, проводившихся ранее российскими полиграфическими фирмами.

Празднование прошло в Петродворце, который был полностью арендован фирмой «Берег». Несмотря на

сезон, фонтаны Петродворца работали, и гости смогли насладиться красотой знаменитого каскада.

На ужине присутствовали около четырехсот гостей из крупнейших типографий — потребителей поставляемой «Берегом» бумаги, а также представители 50 филиалов фирмы. Гости выступили с поздравлениями и вручили подарки имениннику. Вечер закончился грандиозным костюмированным шоу и фейерверком в честь юбилея.

NBZ — 5 ЛЕТ

Фирма NBZ отметила свое пятилетие, пригласив на праздничный вечер руководителей дизайн-студий и других постоянных клиентов. Пять лет — не такой уж малый срок для поставщика компьютеров и принтеров на российский рынок. Оказалось, что больше всего партнеры любят NBZ за то, что «Он в зарослях РС посеял зерна Мас-а...»



Самое активное участие в проводившихся мероприятиях принял главный виновник торжества — руководитель NBZ — С. Гинзбург



И общий хор NBZ, и отдельные сотрудники продемонстрировали незаурядное мастерство, достойное профессионалов сцены



Праздник в клубе «Амазония» был организован на самом высоком уровне и надолго запомнится гостям

АЛЬБОМ «ЭРМИТАЖ» ПОЛУЧИЛ КНИЖНОГО «ОСКАРА»

В номинации «Отпечатано в России» на Московской международной книжной ярмарке победу одержал альбом «Эрмитаж», выпущенный холдингом «Иван Федоров», и признанный жюри лучшим полноцветным изданием России 2001 г. Издание на пяти языках подготовлено в



тесном сотрудничестве с Государственным Эрмитажем и содержит более 600 иллюстраций.

НОВЫЙ СПРАВОЧНИК

В Союзе Дизайнеров прошла презентация нового проекта известного издателя справочников по полиграфической тематике — ИАЦ «Август Борг». Новый справочник «Креативная полиграфия» предназначен для демонстрации применения современных полиграфических технологий и материалов в создании самой «навороченной» рекламной продукции. В справочник войдут типографии, дизайн-бюро и поставщики материалов, которых издатель приглашает к со-



трудничеству. Кроме потенциальных партнеров «Август Борг» в презентации приняли участие жители луны.

СОБЫТИЯ

ГОСТИ ЖИЛИ РЯДОМ С СИМВОЛОМ РЕВОЛЮЦИИ



ДЕНЬ ОТ НОЧИ СИЛЬНО ОТЛИЧАЕТСЯ



УЖИН ВО ДВОРИКЕ БОЛЬШОГО ДВОРЦА



ПОДАРКИ «СО СМЫСЛОМ» ОТ ИЗДАТЕЛЬСТВА «КУРСИВ»



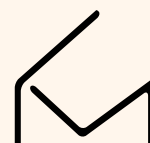
СКЛАД БУМАГИ ФИРМЫ «БЕРЕГ»



самые нефигтивные мероприятия

объединенные рассылки

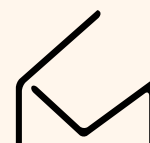
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT BASIC

\$100*

ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ GART DIRECT
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ



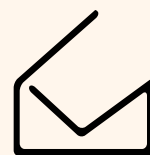
DIRECT PRO

\$300*

ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

специальные рассылки

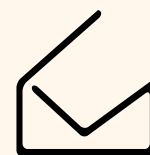
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$0,5*

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



DIRECT VIP

\$1,5*

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ



GART DIRECT

107140, Москва, Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217

Телефон/факс:
(095) 264 3708
(095) 264 9722

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

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ
РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100. 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