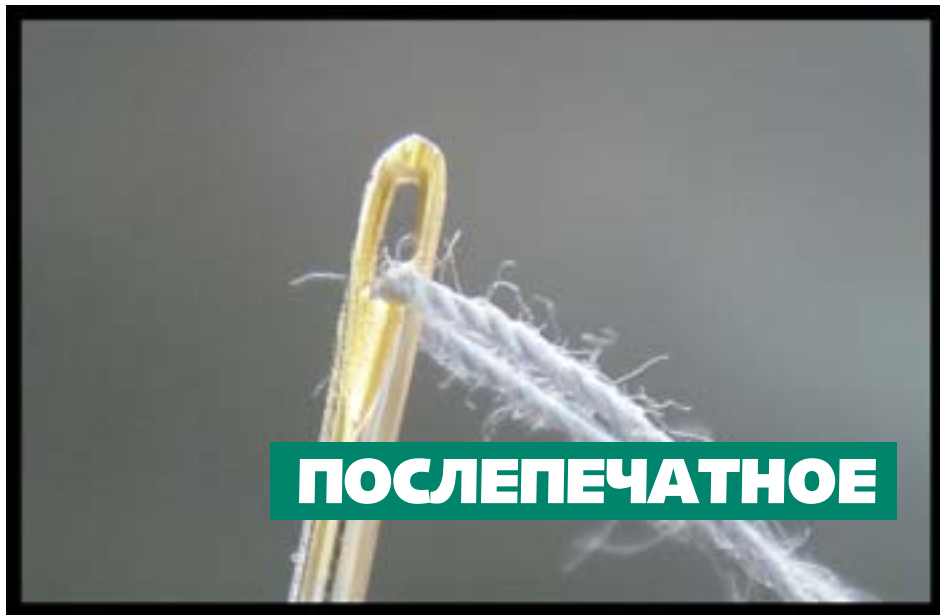


ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 10 (51) | ОКТЯБРЬ 2004

**НОВОСТИ
ФИОЛЕТОВЫЕ
И НЕ ТОЛЬКО**

с. 26



ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ

В НОМЕРЕ:

АНТИРНЕТ	3
УФ-ПЕЧАТЬ НА ГАЗЕТНЫХ МАШИНАХ	7
ОФИЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	14
ЕЩЕ ОДНА ТЕХНОЛОГИЯ ЗАЩИТЫ	22
ЗАЧЕМ НУЖНЫ СЕМИНАРЫ?	28

Рынок послепечатного оборудования растет на сегодняшний день более высокими темпами, чем рынок печатных машин

А. Романов (с. 3)

Предлагать послепечатные услуги просто еще и потому, что один раз ошибешься — сделаешь себе антирекламу

Г. Сычев (с. 4)

Если на московском рынке появится десяток УФ-машин, то ситуация существенно изменится

А. Доронин (с. 8)



**Глеб
СЫЧЕВ**

«Технофакт»

Зам. генерального
директора

ГАРТ: Глеб, с чего начиналась типография «Технофакт»?

Г. С.: Начиналась в 1992 г. с «Домианта» и трех «Ромайоров», на которых мы, как и вся страна, старались творить чудеса. На сегодняшний день у нас две печатные машины Heidelberg: однокрасочная GTO и двухкрасочный полуформатный S-Offset.

ГАРТ: Но вы еще и оказываете коллегам услуги по послепечатной обработке?

Г. С.: Да, связано это с тем, что с самого начала у нас работали очень хорошие специалисты по переплету и другим отделочным операциям. Они не раз помогали типографии решать сложные задачи. Это наше преимущество, его необходимо развивать.

Сегодня мы имеем большой набор оборудования, который позволяет нам достаточно оперативно выполнять самые разные послепечатные работы.

(Продолжение на с. 4)



**Андрей
ДОРОНИН**

Центр
оперативной
полиграфии
Генеральный
директор

ГАРТ: Андрей, этот номер ГАРТ посвящен послепечатному оборудованию. Как с ним дела в вашей типографии?

А. Д.: Для нас сегодня это этап производства, на котором мы, к сожалению, теряем время, выигранное на печати.

ГАРТ: Это интересно. А какие у вас печатные машины?

А. Д.: У нас сейчас установлены две полуформатные машины Komori. Двухкрасочный Sprint 228 и четырехкрасочный Lithrone 428. Я надеюсь, когда этот номер ГАРТ выйдет в свет, начнет работать еще одна полуформатная четырехкрасочная машина Lithrone 428, оснащенная для печати УФ-красками и секцией УФ-лакирования.

ГАРТ: Офис и типография у Вас находятся в разных местах?

А. Д.: Да, офис в районе «Курской», а для типографии мы арендуем площади в 2 км от МКАД по Щелковскому шоссе.

(Продолжение на с. 8)

**МЕЛОВАННАЯ
БУМАГА**

Galerie Art

ФОРМАТЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС

47 x 65

50 x 70

62 x 94

70 x 100

72 x 104

и др.



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
(095) 729-54-64

Комус
П С Б К

ГАРТ**Новости. Регулярно и компетентно.**

Ежемесячная газета для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307**Адрес в Интернет:** www.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:**

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 725 6001**Подписано в печать:** 31.10.2004**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,
Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46
Телефон: (095) 265 6108, 265 5553
Заказ № 3003
Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2004

Все права защищены. Перепечатка возможна
только с письменного разрешения издательства
За содержание рекламы редакция
ответственности не несет**ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ ГАРТ****НОЯБРЬ 2004:**КАДРЫ
В ПОЛИГРАФИИ**ДЕКАБРЬ 2004:**

БУМАГА

ЯНВАРЬ 2005:ЗАКАЗЧИКИ ПЕЧАТНОЙ
ПРОДУКЦИИ**ФЕВРАЛЬ 2005:**

ТЕХНОЛОГИИ СТР

**АНТИРНЕТ**

Послушайте, типография «П»! Может, вы уже прекратите рассылку своего спама, а то мы начнем публиковать список типографий, которые вынуждены признаться в собственном бес-
силлии.

Когда спамом занимается маленькое агентство или фирма с цифровым печатным оборудованием — еще понятно. Но типография с двумя многокрасочными машинами Heidelberg могла бы иметь нормальную маркетинговую службу и заниматься привлечением заказчиков интенсивными методами, а не обращаться к низкокачественным спаммерам.

По всей видимости, у вас проблемы с загрузкой 29 октября 2004 г., но не стоит так громко кричать об этом. За один день я получил восемь сообщений с предложениями разместить у вас производство наших календарей.

Поверьте, нам совершенно не нужны календари. Количество презентованных издательству этих «элементов оформления стен» обычно превышает площадь последних, а она на сегодня у нас очень большая.

Что касается презентационной продукции, то мы ее заказываем в серьезных полиграфических фирмах. Стоит она, правда, там очень недешево, и я бы с радостью объявил тендер, например, на «крутые» ежедневники. Единственная проблема — то, что нам нравится, делает только одна типография. Поэтому путем тендера попрессовать ее не удастся.

Кстати об Антирнете. Я придумал это слово еще в 2000 г. Конечно, мы сегодня не можем жить без электронной почты и всех сопутствующих сервисов. Но спамеры уже достали. В рядовой четверг на все адреса, которые мне нужно читать, свалилось 309 сообщений. Около половины из них отфильтровались автоматически. Остальные пришлось удалять руками. Процент электронных посланий по делу составляет 1–2. Причем, все больше приходит сообщений о скидках на производство полиграфической продукции. И это в конце октября!

Что касается темы номера, которой мы лишь слегка коснулись на страницах журнала в этот раз, то есть две разные позиции. Одна типография не хочет развивать свое послепечатное производство, приобретая, в первую очередь, офсетную печатную машину. Другие — наоборот, очень внимательно относятся к приобретению собственного послепечатного оборудования.

Тем не менее, рынок послепечатного оборудования растет на сегодняшний день более высокими темпами, чем рынок печатных машин. Даже оснащенные сравнительно недавно, в последние годы коммунизма, типографии уже начинают покупать новое отделочное оборудование. Причем, в регионах, по моим ощущениям, не хватает самого простого послепечатного оборудования. Типографии жалуются на отсутствие нормальных реальных машин для того, чтобы иметь возможность делать более или менее обычную этикеточную продукцию. А вот в московских типографиях — требуются все более сложные, новые машины и автоматизированные линии.

**Андрей Романов
главный редактор**Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»Бумага мелованная матовая
Galereie Art Silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Глеб СЫЧЕВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

И для себя, и для нужд других типографий. Причем, к нашему сервису прибегают не только небольшие типографии, но и крупные московские полиграфические предприятия, располагающие парком современных машин, которым время от времени требуется, например, шитье блоков нитками.

Естественно, на рынке послепечатных услуг тоже есть конкуренция, но пока еще откровенно демпингующих игроков в определенных операциях, таких как шитье нитками — нет.

ГАРТ: Что же за послепечатное оборудование у вас установлено?

Г. С.: ВШРА, полуавтоматическая ниткошвейная машина, машина для клеевого бесшвейного скрепления, высокопроизводительный ламинатор, пресс для тиснения и высечки, фальцевальная машина.

ГАРТ: А переплет вы делаете на пооперационном оборудовании?

Г. С.: Да, автоматической линии у нас нет. Но с тиражами до тысячи экземпляров мы вполне справляемся. Такой тираж на линию ставить нерентабельно, а качество при ручном переплете, которое на коротких тира-

жах обеспечивают наши специалисты — выше, чем на линии.

Наш конек — сложные работы, требующие квалифицированного персонала.

На сегодняшний день найти печатника на ГТО намного проще, чем грамотного оператора на ниткошвейную машину или ВШРА. Казалось бы, все просто, но мой знакомый найти толкового машиниста на ВШРА не мог около полугода. Причем искал активно.

ГАРТ: Неужели так сложно? Ведь в бывших крупных государственных типографиях их должно быть много.

Г. С.: Сложно. Тем более сложно, если планируется оказывать услуги по послепечатной обработке. Ведь когда типография делает весь заказ от начала и до конца — у нее есть некоторый резерв времени, на всякий случай. А когда она продает только одну операцию по скреплению, то необходимо быть на 100% уверенным в том, что никаких проблем ни по качеству, ни по срокам не возникнет. Поэтому человеческий фактор очень важен.

Предлагать послепечатные услуги непросто еще и потому, что один раз ошибешься — сделаешь себе антирекламу в достаточно узком кругу московских

типографий. Необходимо очень внимательно следить за этим. А почти все заказы на послепечатную обработку всегда срочные. Поэтому ответственность при выполнении такого заказа очень высока. Вероятность возникновения проблем велика. Например, привезут на срочную ламинацию тираж с противотмарочным порошком или совсем сырой, и получится 100% брак. Или посредник может отпечатать «внутренности» книги в другой типографии, а нам привезти свежие оттиски, чтобы мы сделали переплет. Причем на офсетной бумаге черную краску кладут с плотностью 1,9, потому что заказчику хочется, чтобы было «почернее». Если сразу начать фальцовку, то проблемы гарантированы. Наша задача — заранее диагностировать их и найти правильное решение, чтобы качественно выполнить заказ, а не испортить его.

ГАРТ: Но полиграфия — вообще непростая вещь. Есть еще и допечатная подготовка?

Г. С.: Когда мы сами верстаем, печатаем и переплетаем, вероятность возникновения каких-то проблем минимальна. Залогом успеха является правильная подготовка макета и проектирование издания, а также

строгое соблюдение технологических процессов и использование только высококачественных расходных материалов. Например, мы печатаем абсолютно любые, «дикие» плашки с самым высоким качеством, в том числе на картоне. Просто состояние печатной машины хорошее, и печатники очень грамотные. Берем те заказы, от которых отказываются многие типографии.

ГАРТ: Как Вы оцениваете сложившуюся на московском рынке ситуацию?

Г. С.: Теоретически — неплохо. Работать можно. Конечно, совсем не так, как в 1994 г. Правда, тенденция снижения цен на полиграфические услуги не может не беспокоить.

ГАРТ: Но есть же присказка: «Цена, качество и время. Выберите из трех два вам необходимых»?

Г. С.: Это нормально. Но есть типографии, в которых и некачественно отпечатывают, и по срокам подведут. Так что клиенты, идущие в такую типографию, выбирают один критерий — цену. При этом большой брак в нормальной типографии должен приводить к каким-то изменениям: в структуре или методах работы. Но ничего такого не происходит. Главная задача менеджера в такой «типографии» — лю-

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

Если Вы не получаете ГАРТ и GART digital, но хотели бы получать их регулярно — заполните и пришлите в редакцию по факсу или по почте эту анкету. Аналогичную анкету можно заполнить в Интернете на сайте www.gart.ru

Ваша фирма — это:

- ☐ Коммерческая типография
- ☐ Газетная типография
- ☐ Книжная типография
- ☐ Журнальная типография
- ☐ Предприятие флексографской печати
- ☐ Репроцентр, препресс-бюро
- ☐ Рекламное агентство
- ☐ Поставщик материалов или оборудования
- ☐ Издательство

☐ прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

бым способом сдать продукцию заказчику. Несмотря на то, что она отпечатана с откровенными проблемами

Когда типография делает весь заказ от начала и до конца — у нее есть некоторый резерв времени, на всякий случай. А когда она продает только одну операцию по скреплению, то необходимо быть на 100% уверенным в том, что никаких проблем ни по качеству, ни по срокам не возникнет

по качеству. Часто на имеющемся у такой типографии оборудовании нормально заказ отпечатать просто нельзя. А еще есть посредники, которые выставляют совершенно необоснованные предложения.

ГАРТ: Не любите посредников?

Г. С.: Почему же, я за такие рекламные агентства, где хорошо разбираются в вопросе и приносят заказ в ту типографию, оборудование которой оптимально для потребностей клиента, и она сделает этот заказ, если можно так сказать, в автоматическом режиме.

Я против тех посредников, которые имеют минимальный уровень профессиональных знаний и носятся по всем типографиям в по-

исках самых низких цен. К нам приходят некоторые из них с заказами на книги после того, как обожглись в «недорогой» типографии. Постепенно становятся постоянными клиентами на этот вид продукции, но листовки они у нас все равно печатать не будут — разместят, где дешевле.

ГАРТ: Теперь уже никто и не носится — устраивают тендер в Интернете.

Г. С.: Да, с этой точки зрения Интернет и создатели «полиграфических порталов» развитию полиграфии не способствуют. Но для нас это и добро, ведь донести столь эффективно до всех участников рынка информацию о наших услугах другими способами сложно.

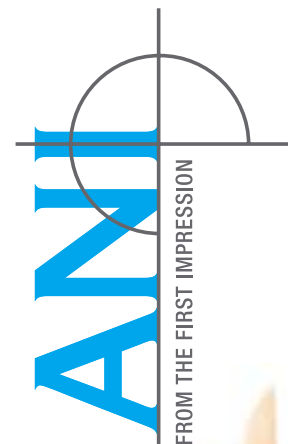
ГАРТ: Видимо, среди ваших клиентов на послепечать много небольших типографий, которые не имеют собственного оборудования для скрепления проволокой. Но сейчас они все активнее покупают линии для листоподборки и брошюровки?

Г. С.: Да, то, что казалось профессиональным полиграфистам несерьезным оборудованием — вертикальные листоподборки с секциями шитья проволокой и обрезки — становится сейчас все более популярным в небольших типографиях. Но это полумера. Качество брошюр, созданных на таком оборудовании с принципом «фальцовки после подбора» и обрезкой блока по переднему краю, в некоторых случаях уступает в качестве брошюрам, сделанным на ВШРА с трехсторонней подрезкой.

Мы, кстати, используем свой ВШРА достаточно оригинальным способом. Часть линии, отвечающая за подборку тетрадей (секции подборки и накладка обложек), отключена. Используются только шитье проволокой и трехсторонняя обрезка. За счет этого время настройки на конкретную

гармония развития

Офсетные краски для листовой и рулонной печати	Жидкие краски для печати на упаковке	Краски для узкоролочных печатных машин	Офсетные краски Thermal для рулонной печати
PRINTHOUSE (095) 937 5151	FLEXHOUSE (095) 782 1382	ARTMARK LABEL SYSTEMS (095) 935 8556	ITRACO (812) 329 2900
БИК (812) 322 6466			



Глеб СЫЧЕВ

(Продолжение. Начало на с.1)

работу сократилось многократно. Длинные тиражи бывают не очень часто, а на коротких так работать удобнее. Конечно, будь у нас суперсовременный автоматизированный ВШРА, мы бы использовали и подборку тоже, но у нас ГДР-овский «Бремер 750».

ГАРТ: Вы приобретаете в основном новое оборудование?

Г. С.: Мы поступали так до определенного момента. Но ламинатор, пресс для высечки и тиснения и нумератор мы приобретали новые.

ГАРТ: На нумерацию тоже берете отдельные заказы?

Г. С.: Нет, используем устройство для собственных работ, есть постоянные заказчики, для которых необходима эта услуга. Кстати, часто используем его не совсем по назначению: делаем надсечку самоклеящихся материалов.

ГАРТ: Глеб, есть мнение, что типографий в Москве уже слишком много, но они продолжают появляться. Как в такой ситуации нужно развиваться вашей типографии?

Г. С.: У меня однозначного решения нет. Ясно одно: нам необходимо увеличивать и печатные, и послепечатные мощности. Наверное, в равных долях. Нельзя делать ставку только на отделку. Мы, я полагаю, сможем успешно эксплуатировать еще одну печатную машину, имеющую 4 секции и более.

А то, что продолжают появляться новые типографии — это обеспечивает хорошие перспективы на рынке услуг по послепечатной обработке. Ведь в большинстве новых типографий из

оборудования есть только самое необходимое. Зачастую из послепечатного оборудования кроме резальной машины у них больше ничего нет.

Что касается выбора для покупки конкретного оборудования, надо сказать, что на московском полиграфическом рынке не осталось больше «суперприбыльных» сегментов.

ГАРТ: За исключением ниткошвейки ;)

Г. С.: Но и здесь все не так просто. Можно, конечно, приобрести новую машину, но те, которые предлагаются — чаще всего «убитые». Можно найти машину получше, но она будет стоить существенно больших денег. Возникает риск не окупить ее, если не удастся найти хорошего оператора. Мне кажется, сегодня «нерискованных» вариантов развития бизнеса практически нет. Есть, конечно, послепечатные производства под названием «сто бабушек», но мы предпочитаем иметь соответствующее оборудование.

ГАРТ: При том, что у вас самое разнообразное послепечатное оборудование, приходится иногда размещать заказы на послепечатную обработку в других типографиях?

Г. С.: Мы делаем это в редких случаях. Если заказчик хочет что-то, чего мы не можем сделать, то такой заказ проще не брать. Стараемся предложить клиенту альтернативы. Если, например, нужен УФ-лак, то мы предлагаем ему тонкую ламинацию.

ГАРТ: Наверное, многим требуется выборочный УФ-лак?

Г. С.: У нас есть альтернативная технология — припрессовка «прозрачной фольги». И она реально работает. При малых тиражах до 1 тыс. экз. получает-

ся эффективнее, чем печать трафаретом. Иногда, конечно, приходится и размещать заказы на выборочное лакирование на стороне.

ГАРТ: Трафаретную машину приобрести не планируете?

Г. С.: Нет. У нас есть партнеры, которые занимаются сувениркой. Они уже много лет печатают трафаретом и всегда выручат.

ГАРТ: Ваша типография имеет хорошее географическое положение. Не приходится платить лишних денег за аренду?

Г. С.: Нет, не приходится, но «режимность» предприятия, где мы арендуем производственные площади по сравнительно нормальной для проспекта Мира цене, накладывает свои ограничения. Мы работаем семь дней в неделю, но только по 12 часов: с 9 до 21:00.

ГАРТ: В этом номере идет разговор, в том числе, и об оборудовании для скрепления календарей. «Технофакт» занимается производством календарной продукции?

Г. С.: Если честно, то для нас эта продукция основной загрузкой не является. Мы производим за сезон около 50 тыс. календарей. Собираем их на нашем полуавтоматическом оборудовании. Процесс не самый быстрый, но приобретать автоматическую машину пока не планируем. Это, конечно, скачок в производительности и некоторое снижение себестоимости, но для наших объемов мощности автомата избыточны.

Кстати, с расходными материалами для календарей в прошлом году произошла интересная история. Ряд поставщиков договорились и подняли цену на курсоры. У нас все так происходит: поставщики бумаги могут договориться, поставщики расходных материалов — тоже, а типографии ни о чем договориться не могут. Меня это не обрадовало, а мы, кстати, занимались производством курсоров, когда в России цены на них в середине 90-х были заоблачно высокими, и прекрасно представляем себе себестоимость этих «кусочков пластика». Пришлось потратить некоторое время на поиски реального поставщика. В результате нашли российского производителя курсоров очень хорошего качества. Приобрели их для собственных нужд и другим типографиям помогли. Для нас это не бизнес, надо просто помогать хорошим людям. Может быть, когда-нибудь и типографиям удастся о чем-то между собой договориться.

InitPress

Тел.: (095) 745-05-09,
257-34-49, 257-33-90ПолиграфИнтер
2004
павильон А,
стенд А101

восстановлено в Германии



www.initpress.ru

ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ, а также:

init@ekonomika.ru

резки, фальцовки, прессы,
системы увлажнения воздуха

HEIDELBERG



wohlenberg





ROAD-SHOW B2B

5 октября в Новосибирске стартовало road-show фирм «Офитек Сибирь» (Новосибирск) и «Нисса Офитек» (Москва). Мероприятие посетили более 80 гостей — представителей крупных промышленных предприятий Новосибирска и области, типографий, рекламных агентств, фирм, занятых в сувенирном бизнесе.

Презентации, посвященные рынкам оперативной полиграфии и сувенирной продукции, были направлены на экономическое обоснование приобретения того или иного оборудования. Каждый вариант технологической линейки приводился с суммами первоначальных вложений для запуска

производства, сроками окупаемости и уровнем прибыли для различных вариантов загрузки. После окончания теоретической части был проведен первый тур лотереи. В ее ходе разыгрывались памятные подарки и суперприз — переплетная машина GBC P 75.

Во время практической части гости ознакомились с восемью технологическими линейками: многоцветной печатью на дупликаторе, изготовлением писем для рассылок, буклетов, книг, персонализацией сувенирной продукции на ручном и полуавтоматическом тампонных станках ТИС, участками горячего тиснения, а также трафаретной печатью на ручном и полуавтоматическом станках.

Следующие презентации под девизом «Готовые решения для Вашего бизнеса» пройдут в течение октября в Барнауле, Томске, Кемерово и Красноярске. Road-show по городам Сибири отличается от проводившихся ранее тем, что нацелено на демонстрацию возможностей извлечения прибыли за счет оснащения производства завершенными технологическими решениями. Основной акцент делается на том, что предлагаемые решения лежат в области B2B — «business to business».

УФ-ПЕЧАТЬ НА ГАЗЕТНЫХ МАШИНАХ

Не самая большая американская выставка GraphExpo прошла в этом году с большим успехом. Многие поставщики представили на ней свои новинки. Один из них — компания Flint Ink — второй после SunChemical и крупнейший «частный» производитель красок для полиграфии. Она представила свои новые УФ-краски для офсетной газетной печати ARROWLITH™ UV. Идея применения УФ-красок в газетной печати давно уже витала в воздухе, но специалисты Flint Ink предполагают не только продавать свои краски, но и помогать клиентам в дооборудовании газетных рулонных машин соответствующими сушильными устройствами. Известно, что УФ-краски за счет своего свойства закрепляться, не впитываясь в бумагу, обеспечивают новый уровень качества печати даже на самых недорогих материалах. Но возможность использования УФ-красок на газетных машинах может существенно изменить ситуацию на рынке. Ведь в результате на машинах без сушек можно будет запечатывать не только газетную и каландрированную бумагу, но и мелованную.



Наибольшее количество удачных технологических решений на 1 м² занимаемой площади | Самые высокие экономические показатели на коротких тиражах | Комфорт в работе | Срок гарантийных обязательств до 18 месяцев | Технологическая поддержка в течение всего срока эксплуатации



Листовая офсетная машина HAMADA B452A-1KS СЕРИЯ «В» — BEST

Короткие тиражи
— большие
дивиденды

Утка-мандаринка замечательна своей раскраской. Хорошо плавает. В полете маневренна, легко взлетает, иногда почти вертикально вверх. Одомашнена в Японии и разводится как декоративная птица.

«НИССА Центр»
Москва
(095) 956-7719
nissa@nissa.ru
www.nissa.ru

Екатеринбург
(3432) 166-906
Новосибирск
(3832) 106-035
Ростов-на-Дону
(8632) 277-405

Санкт-Петербург
(812) 320-1420/22

«НИССА» Казахстан, Алматы
(3272) 716-014

nissacentre

МНОГООБРАЗИЕ
ВИДОВ

Андрей ДОРНИН

(Продолжение. Начало на с.1)

ГАРТ: Сколько на сегодняшний день у вас сотрудников?

А. Д.: Около семидесяти.

ГАРТ: Для такого большого парка машин — это немного.

А. Д.: На мой взгляд, достаточно.

ГАРТ: Но что-то из послепечатного оборудования у вас все-таки есть?

А. Д.: Конечно, без этого типография не могла бы работать. У нас есть машина карусельного типа для бесшвейного скрепления и со-временный резак, более или менее приличная фальцовка и еще много разных небольших устройств, которые остались от нашего «малоформатного» прошлого.

ГАРТ: Было «малоформатное прошлое»?

А. Д.: Мы начинали давно, в 1994 г. В те времена как раз начинался массированный импорт в Россию бытовой техники, к которой требовались инструкции на русском языке. В основном заказы шли на однокрасочную печать, но иногда была нужна вторая краска для печати логотипа. Это были золотые времена полиграфического бизнеса. Кроме инструкций, заказывали еще визитные карточки, печать которых в те времена была просто сверхприбыльной. Под это и было организовано наше производство. Мы начинали с машин ABDick. Для того чтобы печатать в две краски, использовалась приставная секция. Для инструкций и бланков возможностей хватало.

Потом рынок начал активно развиваться, появилась потребность в полноцветных буклетах, которые с приставной секции не напечатать, и в 1996 г. мы приобрели три двухкрасочные малоформатные машины Ryobi с подачей по узкой стороне. Делали на них в том числе и полноцветную продукцию — печатники просто творили чудеса.

Рядом с нами, на Курской, до сих пор располагается офис одной крупной «франчайзинговой» сети. В те времена к нам каждый месяц приходил их менеджер и заказывал тысячу полноцветных визиток, за которые платил очень большие деньги.

С этими машинами мы доработали до кризиса 1998 г. Тут уже пришло время выбирать — развивать бизнес или искать другие варианты. Мы решили развивать, спасло как раз то, что у нас были только малоформатные машины. Имелось пространство для маневра без особого риска. Тем не менее, к началу 1999 г., когда активизировались лизинговые компании, мы стали задумываться о переходе на больший формат. Долго выбирали и купили двухкрасочный полуформатный Roland 202.

Когда такая машина в типографии одна — спокойствие и благополучие ее владельца целиком зависит от отлаженности сервиса поставщика оборудования. Представьте себе: машина ломается в пик заказов под Новый Год, а необходимой запчасти, как назло, у поставщика на складе нет, и придет она только через три недели. Можно считать, что сезон пропущен. Видимо, это было роковое стечение обстоятельств, но два года подряд именная такая ситуация у нас и была.

Какой бы хорошей и дорогой машина ни была, она в такой ситуации превращается в груды металлолома. А если приобретена в лизинг — может потянуть за собой на дно и своего владельца. Мне приходилось самому летать в Германию и привозить необходимые запчасти.

ГАРТ: Теперь придется летать в Японию, вы ведь сейчас предпочитаете печатные машины Komori?

А. Д.: Надеюсь, что не придется. Двухлетний опыт ра-

боты с «ЯМ Интернешнл» это подтверждает. Изредка бывают «флуктуации». И были они связаны с тем, что либо загрузка сервисной службы на пределе, ведь ЯМ работает не только на московском рынке, либо сезон отпусков. А в целом все нор-

Если на московском рынке рекламно-коммерческой продукции появится десяток УФ-машин, то ситуация существенно изменится. Остальные типографии вынуждены будут прилагать усилия по сокращению сроков выполнения заказов

мально, серьезных простоев по вине оборудования или сервиса не было. Надо, правда, отметить, что у нас теперь не одна полуформатная машина, а три. Если одна остановится, катастрофы не случится.

ГАРТ: Почему Вы решили приобрести в качестве следующей машины предназначенную именно для печати УФ-красками?

А. Д.: Я руководствовался несколькими идеями. Но главная заключалась в том, что таких машин в России пока очень мало. Она имеет все необходимые опции для печати на пластике, а это сейчас очень модное направление. Есть много приложений: начиная от всевозможных карточек и заканчивая элитной упаковкой из

пластика. Мы сможем печатать и такие экзотические вещи, как стерео-открытки.

ГАРТ: Но для стерео-открыток четырех красок недостаточно. Нужны еще одна-две для нанесения белил.

А. Д.: Для экспериментов можно попечать в два прогона или отдать трафаретчикам для нанесения слоя белой краски. Операция элементарная, но необходимо отработать все допечатные процессы.

Из прагматичных преимуществ нашей покупки — мы можем повысить оперативность производства журналов, брать со стороны заказы на печать и лакирование тех же журнальных обложек. Возможностей офсетная УФ-технология предоставляет очень много.

Одно из главных преимуществ — не нужно ждать, пока краска высохнет. А для рынка рекламной продукции это очень важно. Можно реально выполнять срочные заказы. Если на московском рынке рекламно-коммерческой продукции появится десяток УФ-машин, то ситуация существенно изменится. Остальные типографии вынуждены будут прилагать усилия по сокращению сроков выполнения заказов.

ГАРТ: Но УФ-краски существенно дороже традиционных?

А. Д.: Дороже, но и расход их существенно меньше. Ведь УФ-краска не впитывается в бумагу, как обычная офсетная, так как имеет другой принцип закрепления.

ГАРТ: По этому поводу есть сомнения. Особых предпосылок к тому, чтобы расход УФ-красок был бы существенно меньше, чем обычных офсетных, нет.

А. Д.: Я исследовал этот вопрос, общался со специалистами на выставке drupa, практики утверждают, что расход УФ-красок меньше. На самом деле, это все разговоры, надо просто прове-

Luxel V-6 СТР

Фиолетовый СТР формата В2

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО

ДОСТУПНО



FUJIFILM

FUJIFILM ELECTRONIC IMAGING LTD.



Совместная акция FUJIFILM и ЯМ Интернешнл

УНИКАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ
для первых 15 систем

- Поставка без предоплаты
- Кредит от производителя 2 года
- Гарантия на устройство 1 год
- Гарантия на лазер 5 лет

Горячая линия
784-35-02

LUXEL V-6 СТР

- Фотополимерная технология
 - Внутренний барабан
 - Модульность, гибкость
- Любой уровень автоматизации
 - Уникальная оптика FUJIFILM
- 20 пластин В2 в час (2400 dpi)
- 35 пластин В2 в час (1200 dpi)

НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ

15 ЛЕТ **YAM**
YAM INTERNATIONAL www.yam.ru

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

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 110 8097

КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 254 5254

ТАШКЕНТ, ТЕЛ.: (99 871) 136 3808

АЛМАТЫ, ТЕЛ.: (3272) 67 3203

Андрей ДОРНИН

(Продолжение. Начало на с.1)

ти чистый эксперимент: взять один и тот же заказ, поставить на стоящие рядом две одинаковые машины, залить одинаковое количество офсетной и УФ-краски в кипсейки и начать печатать на одной и той же скорости на одинаковом материале. Потом сравнить, сколько оттисков получилось на одной, а сколько на второй.

ГАРТ: Кто ваши основные клиенты? Непосредственно заказчики или агентства?

А. Д.: У нас все больше появляется прямых заказчиков. Тенденция такова, что агентства сегодня стараются заниматься либо заказами со сложной отделкой, на которых можно заработать нормальные деньги, либо печатают у себя на DC 12.

ГАРТ: А ваша основная продукция?

А. Д.: Мы печатаем много журналов. В большинстве своем это специализированные издания, которых на рынке очень много. Тиражи от 1 тыс. до 15 тыс. экз.

ГАРТ: Но печатать тираж 15 тыс. экз. быстрее и экономичнее на машине полного формата.

А. Д.: У наших заказов число полос не всегда кратное, чтобы печатать их на большой машине. Кроме того, экономика полиграфического производства зависит от очень многих факторов. Не все здесь определяется форматом машины. Можно успешно работать по ценам выше, чем типографии с машинами полного формата, а можно исхитриться и сделать цену ниже. Но мы предпочитаем работать по более высоким ценам, и это удается.

Например, к нам недавно пришел заказчик, печатавший в одной из крупных московских коммерческих типографий. Там есть достаточно «свежая» большая машина, но конкретный

заказ они напечатать не смогли. Нужно было выкатать сложную плашку, но не получилось. Причем после нескольких попыток. У нас получилось с первой.

Для некоторых клиентов, конечно, главное — цена. Но когда заказ сложный и «недорогая» типография с ним не справляется, а сроки поджимают — цена отходит на второй план. Как говорят японцы, «качество продукции дает прибыль». Если нет качества или оно нестабильное, то и прибыль будет аналогичная.

ГАРТ: Но у вас же нет ВШРА, а журналы необходимо скреплять?

А. Д.: Вы правы, это наше самое узкое место. У нас есть линия с вертикальной листоподборкой, скреплением скрепками, фальцовкой и подрезкой переднего края. Но я не назвал бы ее полиграфическим оборудованием.

На сегодняшний день стоит выбор между ВШРА и альтернативными решениями. Я склоняюсь к приобретению горизонтальной листоподборки с шитьем скрепками, фальцовкой и подрезкой переднего края. ВШРА, конечно, тоже вариант, но тиражи у нас не самые большие, кроме того, я не знаю ни одного приличного производителя этих машин, который бы имел нормальное представительство в России.

ГАРТ: Представительства на самом деле есть. Другое дело, что они не стремятся себя афишировать. В первую очередь, это относится к крупнейшим игрокам — например, к Muller Martini.

А. Д.: Если честно, то я был совершенно не в курсе, что в России есть представительство этой фирмы. Видимо, об этом знают немногие.

Кстати, просто так иметь представительство — недостаточно. Чтобы продавать оборудование, нужно иметь хорошие связи с лизинговой компанией или банком, где с потенциальным клиентом разговаривали бы на другом языке. Поставщик должен обеспечи-

вать определенный набор сервисов, которые для нашего рынка необходимы. А есть ли в представительстве склад запасных частей к оборудованию, или придется обращаться за помощью на соседнее секретное производство, чтобы его специалисты выточили нужную запчасть? Не летать же в Швейцарию, чтобы решить проблему!

ГАРТ: То есть, по Вашему мнению, основополагающими факторами при выборе оборудования являются наличие у поставщика надежного сервиса и предоставляющей хорошие условия лизинговой компании?

А. Д.: Да, сервис и финансовые условия позволяют нормально работать и покупать оборудование.

ГАРТ: Кстати, Komori — достаточно редкие в России печатные машины. Считается, что печатников на них найти непросто, а на Speedmaster — только щелчки пальцами, и они сбегутся.

А. Д.: Во-первых, машины эти уже далеко не такие редкие. Во-вторых, печатник, в моем понимании, должен знать принципы печати, уметь оценить оттиск, выставить и контролировать баланс «краска-вода». А какие для этого необходимо «крутить ручки» на определенной машине, хороший специалист научится за две-три смены. Наш опыт работы это лишний раз подтверждает: печатники за неделю перешли с малоформатных машин на полуформатный Roland.

ГАРТ: Купили новую машину, купите листоподборку, а дальше?

А. Д.: Я считаю, что пора приобретать систему СТР. Ведь уже три машины, потребление пластин превысит, видимо, 1,5 тыс. м² в месяц. С точки зрения экономики — пора. На сегодня в зависимости от печатника в смену выполняется от 8 до 12 приладок. Причем 8 делает только одна из четырех смен.

Нам нужно поменять фальцевальную машину, несмотря на то, что существующая достаточно приличная. Скажем так, не офисная, тяжелая и железная, но работает устойчиво только с бумагами до 150 г/м². С 170 г/м² еще ничего, а 200 — уже совсем никак. А мы не должны на приеме заказа уговаривать клиента, что на 150 г/м² будет несколько не хуже, чем на 200.

Если заниматься упаковкой, то нужна автоматическая машина для высечки. Но для этого необходимо сначала попробовать, чтобы принимать решение о покупке оборудования. Вот такие мысли.

Типография продает:

Heidelberg Original GT (высечка+тиснение)

Автоматическую бумагосверлильную машину (4 сверлильные головки),
производство Швеция

Тел.: (095)185-3309, 185-5495

СОГЛАШЕНИЕ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

5 октября компании Wifag и «ЯМ Интернешнл» заключили эксклюзивное соглашение о сотрудничестве. В соответствии с условиями соглашения, компания «ЯМ Интернешнл (СНГ)» становится эксклюзивным дистрибутором Wifag в Российской Федерации.

Основанная в 1904 г. швейцарская фирма Wifag специализируется на производстве печатных систем для крупных и средних газетных типографий и является мировым лидером в области полиграфического машиностроения.

Важными особенностями машин Wifag поколения OF являются компактная модульная конструкция, а также возможность замены печатной формы на ходу (на полной скорости) и смена формата газеты во время производства продукции. Специфические требования различных рынков потребовали от Wifag и разработки машины с максимально упрощенной конструкцией — OF370S.

Новое поколение цифровых офсетных машин evolution представлено двумя базовыми моделями — evolution 471 в сателлитной конфигурации с 10 цилиндрами и evolution 371 с 4 башнями. Обе машины созданы на основе проверенной технологии и готовы, при необходимости, к оснащению системами управления цветом (с обратной связью), регулировки точности резки, плотности краски, а также computer-to-press.

Фирма Wifag выбрала компанию «ЯМ Интернешнл» как сильного бизнес-партнера, имеющего устойчивое положение на рынке и репутацию надежного поставщика. Квалифицированные коммерческие и технические специалисты «ЯМ Интернешнл» смогут оказывать на месте полную поддержку продукции Wifag, чему придается первостепенное значение.

SPECTRODENS ПО-РУССКИ

Компания «МакЦетр» сообщила о выходе новой версии операционной системы для спектро-денситометров SpectroDens фирмы Techkon с русифицированным интерфейсом. Прибор наконец «заговорил» по-русски. Пользователи, купившие SpectroDens в «МакЦетре», могут сделать upgrade ОС в сервисном центре компании или самостоятельно, скачав программное обеспечение с сайта Techkon.

По просьбе пользователей, в автоматический режим измерений добавлена также опция сохранения и показа всех значений плотности СМΥК, позаимствованная у денситометра Techkon R410. Ранее SpectroDens отображал измерение плотности лишь по одному параметру. Добавлена еще одна новая возможность — загрузка в память прибора международных стандартов ISO, с которыми можно сверить отпечаток.

«Русификация интерфейса — это давно ожидаемый шаг со стороны Techkon, — сказал руководитель сервисного центра компании «МакЦетр» А. Кржижановский. В России продано более 100 устройств, и мы не раз высказывали желание относительно русификации. Приятно иметь дело с немецкими партнерами и немецкой техникой — обязательства выполняются».

УНИВЕРСАЛЬНАЯ СЕРИЯ КРАСОК

SPX



НОВАЯ ВЫСОТА!



РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



МОСКВА
TEL: (095) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
TEL: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
TEL: (8432) 99-7820, 99-7821
СИБИРЬ
TEL: (3832) 12-5155, 12-0125
УРАЛ
TEL: (343) 355-9026
ЮГ
TEL: (8632) 52-6704, 58-9778
УКРАИНА
TEL: +380 (44) 212-2819

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART



Александр СОПИН
«Лобачевский и Ко»
Директор

ГАРТ: Александр, «Лобачевский и Ко» — российский производитель оборудования для переплета пружинной. Как возникла идея заняться именно этим бизнесом? Ведь на нашем рынке масса предложений от западных компаний. Взять хотя бы немецкую фирму Renz...

А. С.: Мысль возникла после нашего успешного опыта проектирования и реального воплощения в «железе» такого оборудования для нужд собственной типографии. Затем изготовили машину для друзей. Вот так все и началось.

ГАРТ: Ваши машины — копии каких-то западных моделей?

А. С.: Нет! Все — наши оригинальные разработки. При этом мы постоянно работаем над расширением ассортимента (одна-две новые машины в год). В этом году занялись проблемой унификации электронных и механических компонентов машин, что существенно упростило систему гарантийного и сервисного обслуживания. Что касается фирмы Renz, то она очень помогла нам в том смысле, что «заставила» на себя равняться. Вот мы и «подровнялись». Но на этом, конечно, не остановимся. Уже сейчас инвестируем средства в долгосрочные проекты, которые пойдут в производство через 3–4 года. Кстати, планируем выйти и на внешний рынок — для этого есть все предпосылки.

ГАРТ: Европейским производителям оборудования сегодня не дают спокойно спать китайские. А как в вашем секторе?

А. С.: Здесь китайцы пока не играют. Правда, на drupa 2004 выставались переплетные машины из Китая, но очень далекие от совершенства. На мой взгляд, на такую экзотику, как переплетное оборудование для WIRE'O, китайцы пока размениваться не будут. Насколько я понимаю, они все-раз взяли за печатное оборудование.

ГАРТ: Но вернемся к вашему оборудованию. Каков асортимент на сегодня?

Наша задача — сделать доступное по цене оборудование, близкое по классу западным аналогам

А. С.: Это перфораторы для пробивки отверстий, машины для обжимания пружин, автоматы для резки и автоматы для сборки. Есть еще многофункциональная машина, которая может комплектоваться головками для установки колец piccolo, пробивки отверстий, скругления и марочной перфорации уголков.

В нашем оборудовании используется унифицированная электроника (единая для всех машин), которая позволяет осуществлять надежную работу машин в режиме «старт-стоп», что, между прочим, существенно экономит электроэнергию и позволяет упростить механику. Так что у нас машины в этом отношении не просто не хуже, чем у импортных аналогов, а лучше.

ГАРТ: А в плане надежности?

А. С.: Вся электронная начинка унифицирована и состоит из двух блоков на стандартных разъемах. Причем сделана она с расчетом на перспективу, и будет использоваться в наших автоматах ближайшие лет пять. Продано уже около 200 перфораторов. Проблемы возникли лишь в шести случаях, и решены они были простой заменой одного из блоков, всегда имеющихся на складе.

ГАРТ: Но случаются, видимо, и поломки в механической части?

А. С.: Любое оборудование ломается, но наше — очень редко. Не зря мы даем гарантию два года. Механические проблемы с простым оборудованием легче решать путем замены машины. Мы, как производители, можем себе это позволить. Так удобнее и нам, и клиенту.

ГАРТ: На рынке идет серьезная «тусовка»: пользователи спорят о преимуществах машин и пружин различных производителей. Часто приходится слышать, что эта пружина не идет на такой-то машине и т. п.

А. С.: Этот спор активно подогревается поставщиками оборудования и материалов. Сегодня в России как минимум пять производителей пружин, которые используют в производстве разную проволоку — от корейской и китайской до итальянской и бельгийской. Оборудование у них тоже разное — новое и не очень, из Европы, Кореи и даже из России.

На Западе есть единый стандарт. Если пружина сделана в соответствии с ним, она «пойдет» на любой машине. В России этот стандарт, к сожалению, не всегда выдерживается.

В период отладки своих автоматов мы тестировали пружины разных производителей — и российских, и зарубежных. В качестве «эталона» специально брали «не самые лучшие». Если авто-

мобиль ездит на 95-м бензине, то, скорее всего, он поедет и на 98-м. Но не наоборот! Мы рассчитываем на то, что наши машины будут, образно говоря, ездить и на 80-м бензине.

ГАРТ: У вас собственное производство или вы размещаете заказы на каких-то «оборонных» предприятиях?

А. С.: Производство собственное. Так уж получается, что в России все проще делать самим. Многие «оборонные» предприятия простаивают, но по-прежнему ждут, когда «обломится» госзаказ на десятки миллионов долларов. У них и структура цены, и накладные расходы под это подстроены. Поэтому нам оказалось выгоднее наращивать свои мощности.

ГАРТ: Оснастку тоже производите сами?

А. С.: Были попытки разместить заказ на производство оснастки на стороне. Мы обратились с этой просьбой на один из подмосковных оборонных заводов. Но когда нам выдали калькуляцию, оказалось, что это будет стоить в два раза дороже, чем если бы мы разместили заказ в Германии.

Вообще, оснастка — отдельная тема. Мы много работаем над повышением ее качества. Поначалу она, конечно, отставала по качеству от импортной, и мы рекомендовали использовать на наших машинах немецкую. Некоторые поступают так и сейчас, хотя наша оснастка уже ничем не хуже. Решили и проблему с качеством штампов для вырубки квадратных отверстий. Пришлось закупить дополнительное оборудование, но это себя оправдывает.

ГАРТ: Как Вы считаете, российский рынок еще не насыщен оборудованием для переплета пружинной?

А. С.: До насыщения далеко. Мы начинали, когда активно покупались полуавтоматические машины для обжима пружин. Сейчас растет спрос

на автоматы. Пока мы продали их около двадцати, и, по моим оценкам, в ближайшие годы будет продано еще около ста. Рынок постепенно созревает для оборудования такого класса и производительности. Следом появится спрос на еще более производительное оборудование. Рынок всегда будет расти. Вот только нужно научиться угадывать направление роста.

В будущем году мы предложим нашему покупателю автоматический перфоратор, но существенно менее дорогой, чем западные аналоги. На ближайшей выставке «ПолиграфИнтер» мы эту машину показать не успеем, но уже в следующем году начнутся ее продажи.

Еще планируется к выпуску полностью автоматическая линия для скрепления тетрадей. Правда, не для календарной программы, а для производства белой продукции.

ГАРТ: А что импортные аналоги?

А. С.: Они, как правило, стоят очень больших денег. Наша задача — сделать доступное по цене оборудование, близкое по классу западным аналогам. Мы, кстати, планируем выпустить упрощенную версию своего же автомата с максимальной шириной блока 420 мм. Он подойдет небольшим типографиям, будет стоить разумных денег, и, соответственно, окупаться быстро. И вес его будет не как у танка Т-34.

ГАРТ: У многих полиграфистов скептическое отношение к легким машинам...

А. С.: «Тяжелое — не тяжелое» — это не критерий. Такое оборудование должно «отбиваться» за два-три года, а через пять-шесть лет заменяться на более современное — вот один из принципов развития полиграфического, да и не только, предприятия.

ГАРТ: Но это зависит и от покупателя оборудования.

Что если у него не будет заказов? Или цены, которые он предложит клиентам, будут слишком низкими?

А. С.: Мы, основываясь на своем опыте, готовы дать совет покупателю. Особенно внимательно подходим к переговорам с клиентами, которые хотят приобрести автоматы. Даже при условии, что у нас не самые дорогие автоматические машины, возможно, лучше взять для начала линейку полуавтоматов.

Во-первых, производительность автомата очень высока, во-вторых, он подходит не для всех задач, а в третьих, требует наличия хорошего специалиста по настройке и сервисному обслуживанию. Ведь там есть много «винтиков», которые нужно правильно подкрутить, чтобы настроить машину на производство определенной продукции. Это не очень просто, причем не только на нашем, но и на импортном оборудовании.

Мы проводим для технических специалистов покупателя одно-двухдневное обучение, после чего они уже способны сами выполнять все необходимые настройки.

Повторюсь, главным критерием должна быть окупаемость, чтобы ни говорили некоторые наши конкуренты, обвиняющие нас в демпинге.

ГАРТ: Но обвинения относительно ценовой политики, видимо, не совсем беспочвенны? Ведь Вы сами говорили, что стараетесь сделать свое оборудование максимально доступным по цене.

А. С.: Тем не менее, это не демпинг. Цены, которые мы предлагаем на российском рынке — оправданные. Однако растет цена металла, используемого в производстве, причем рост очень существенный. Некоторые сорта выросли в цене за год с 10 до 18–24 тыс. руб. за тонну. Мы вынуждены это учитывать.

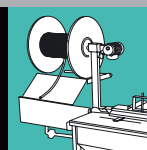
Но это рынок, где есть спринтеры и есть стайеры. Дилеры западного производителя, как правило, спринтеры. Их главная задача — продать определенную машину сегодня, вне зависимости от того, нужна она клиенту или нет.

Мы же — стайеры. Мы готовы к длинному забегу и полагаем, что нам на него хватит сил. Соответственно, у нас другая политика в отношениях с клиентами: для нас очень важен диалог. Он помогает предложить решение, которое соответствует потребностям конкретной компании. Ведь тогда и следующую машину она приобретет у нас. Такая позиция себя оправдывает — мы продали более 400 различных машин. Установленная база в России и СНГ у нас уже существенно больше, чем у западных производителей, и рост продолжается.

«РЕГЕНТ-УРАЛ» ОТПРАЗДНОВАЛ ПЯТИЛЕТИЕ

15 сентября с. г. компания «Регент-Урал» (Екатеринбург), входящая в состав ГК «Регент», отпраздновала свое пятилетие. И хотя официальный день рождения компании в марте, по традиции эту дату отметили в рамках ежегодной выставки «Медиа. Полиграфия и реклама». На выставочном стенде «Регент-Урал» была представлена стенгазета «Мы работаем для вас» с фотографиями сотрудников. Желая поздравить прикрепляли на стенд воблер в виде звезды с пожеланиями. Вечером самые близкие друзья и партнеры «Регент-Урал» — представители рекламных агентств, типографий, издательств и др. — собрались на праздничный банкет.

Присоединяемся к поздравлениям, желаем успехов и процветания.

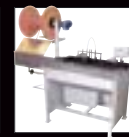
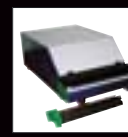


КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ПОСПЕЧАТНОЙ ОБРАБОТКИ



Москва,
Чермянский проезд, д. 7., офис 331
Тел.: (095) 797-42-53, 363-17-52
E-mail: mail@lobachevsky.ru

Производство всей линейки оборудования для навивки спирали Wire-O. Комплексные решения для небольших, средних и крупных типографий. Оборудование всегда со склада: перфораторы 3:1, 2:1, обжимщики, автомат-брошюровщики, машины для резки Wire-O, установки "пикколо", вырубки углов, марочной перфорации.



ЛОБАЧЕВСКИЙ и Ко
проектирование и производство
оборудования для полиграфии



Читайте в свежем номере:



Зачем «Известиям» цифровая печать?



Перспективы рынка цифровой печати в России



Погадаем или прогадаем?

ОФИЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Еще в процессе выхода из состава Akzo Nobel и заключения сделки MBO (management buy-out) в 2001 г. компания ANI Printing Inks намеревалась расти путем стратегических слияний.

Первым шагом на этом пути было слияние с компанией Trenal в 2003 г., которое сделало нас производителем № 2 в Европе по краскам для рулонного офсета. Сейчас мы имеем честь объявить о слиянии с компанией BASF Drucksysteme (BDS) под эгидой компании CVC.

CVC Capital Partners (CVC) является ведущей европейской инвестиционной компанией, которая 30 сентября 2004 г. объявила о соглашении, в соответствии с которым она устанавливает контроль над BASF Drucksysteme и другими компаниями полиграфического направления, входившими в BASF AG. В то же время было подписано соглашение о покупке ANI Printing Inks и слиянии двух компаний, ANI и BDS.

Главой объединенной компании назначен Питер Койвула (Peter Koivula), штаб-квартира будет находиться в Штутгарте.

Слияние ANI и BDS создаст второй по размеру бизнес печатных систем в Европе и третий в мировом масштабе.

Мы убеждены, что такое объединение двух ведущих производителей приведет не только к созданию компании, удовлетворяющей в полной мере растущие запросы наших заказчиков, но и создаст в большей степени международный бизнес, который продолжит свое процветание и рост.

Перемена собственника не будет иметь негативного влияния на нашу работу с клиентами, напротив, мы хотели бы уверить их в том, что обновленная компания приложит удвоенные силы для предоставления более широкого ассортимента продукции и технической поддержки.

По всем вопросам свяжитесь, пожалуйста, с нашим представительством в Москве, тел.: (095) 775 1760.

С уважением,
Виктор Самолов,
Глава московского
представительства
ANI Printing Inks

НОВЫЕ САМОКЛЕЯЩИЕСЯ ЛЕНТЫ

С сентября 2004 г. компания «ЯМ Интернешнл» представляет на российском рынке двухсторонние липкие ленты Flexo Tapes (Италия). Ленты Flexo Tapes предназначены для монтажа фотополномерных печатных форм на стальные или алюминиевые формные цилиндры печатных машин. Выпускаются ленты толщиной 0,1; 0,2; 0,38 и 0,55 мм. При этом ленты толщиной 0,38 и 0,55 мм имеют вспененную клеящую основу. В качестве клеев используются акриловые композиции.

Ленты Flexo Tapes позволяют не только охватывать все типы печатных машин флексографской и высокой печати, но и достигать высочайшего качества печати, благодаря высокой адгезии, устойчивости ко всем типам печатных красок, стабильности свойств в процессе печати вне зависимости от тиража, а также пригодности для повторных тиражей. Клеевой слой имеет уникальные свойства, обеспечивая компенсацию перепадов давления в процессе печати, что приводит к уменьшению растрескивания растровых элементов.



ОБЪЯВЛЕНЫ ИТОГИ

ГК «Регент» подвела итоги конкурса «Бонджорно, Италия!», посвященного продукции итальянской фабрики «Картьер дель Гарда» — бумагам «ГардаПат13» и «Гарда Арт».

В номинации «Лучший дизайн на «ГардаПат 13» победил «Фонд Столярова» с двухтомным изданием «Царская охота», второе место получила фирма «Дизайн Депо» за журнал «Как», третье — «Универсум Паблишинг» за альбом «Конец света». Во второй номинации победителем стала типография «Мерв-А». Специальный приз зрительских симпатий получил Анатолий Стриго за оформление книги «Императорские установления орден кавалеров Российских».

НАПРЯМУЮ!

ОКТАБРЬ 2004 – НАЧАЛО ПРЯМЫХ ПОСТАВОК МАТЕРИАЛОВ HOSTMANN-STEINBERG В РОССИЮ



Тел.: +7 095 785 8458 <http://www.oktoprint.ru>

InitPress

ДОПЕЧАТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ПолиграфИнтер
2004
павильон А,
стенд А101

Стр
для коммерческой
и газетной печати



**Фотонаборные
автоматы**

а также:

проявочные машины
копировальные рамы
денситометры

CIP3 интеграция
с любым печатным
оборудованием

10 лет
безупречного сервиса

специальные
предложения

InitPress

www.initpress.ru
init@ekonomika.ru

Тел.: (095) 745-0509



НОВАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Осенью с. г. компании «Терем» и HiFlex подписали эксклюзивное дистрибуторское соглашение на 5 лет. Согласно условиям этого документа, «Терем» получил эксклюзивное право на продажу и внедрение системы управления полиграфическим предприятием HiFlex. В то время как внимание производителя этого программного продукта сфокусировано в основном на западноевропейском рынке, компания «Терем», учитывая успешный опыт внедрения таких систем в США, Южной Африке и Азии (всего более 10 тыс. рабочих мест в 12 странах мира), взяла на себя инициативу представить HiFlex на территории России, Украины и Белоруссии.

HiFlex является ведущей системой для типографий с распределенной структурой производства и сбором информации посредством формата JDF и позволяет полноценно управлять работами в пределах крупной полиграфической компании. Система независима от аппаратных средств и операционных систем (MAC и Win).

Сотрудничество компании HiFlex с такими лидерами производства полиграфического оборудования как AGFA, Creo, Esko-Graphics, KBA, Komori, MAN Roland, MBO и Muller Martini позволяет эффективно использовать возможности системы для сбора информации в режиме реального времени, проводя анализ себестоимости производимой продукции.

Система состоит из модулей: калькуляции заказа, управления отношениями с клиентами, обработки заказа, стоимостей и отчетов, материального управления, финансов и заработной платы, управления документооборотом, обеспечения связи по CIP4/JDF, производственного планирования, электронного технологического рабочего листа, медиа-сервера и поддержки eBusiness.

Презентация HiFlex состоится на стенде компании «Терем» в рамках выставки «ПолиграфИнтер». Кроме того, все желающие могут 18 ноября посетить на выставке специализированный семинар «HiFlex — эффективная система управления полиграфическим предприятием».



ROADSHOW

В конце июля—начале августа с. г. ГК «Гейдельберг СНГ» организовала roadshow по центральным городам России, в рамках которого проводились семинары и презентации оборудования в Нижнем Новгороде, Ярославле и Владимире.

В них приняли участие около 70 руководителей, ведущих специалистов, технологов разных типографий, занимающихся коммерческой печатью на третьем формате.

Демоавтобус Heidelberg уже не первый год совершает турне по городам России и стран СНГ. На этот раз их было два: вторым стал демоавтобус Polar, переданный в распоряжение «Гейдельберг СНГ» на выставке drupa. Теперь у региональных полиграфистов появилась возможность ознакомиться с резальными машинами Polar.

В ходе семинаров были представлены новинки drupa 2004: обновленная серия решений для печати в формате A3 и линия продуктов Polar. Было подробно рассказано об усовершенствованиях в машинах Heidelberg: GTO, Speedmaster 52, Printmaster QM 46 и Printmaster PM 52. Также были представлены новые резальные машины Polar X-серии с жидкокристаллическим дисплеем, значительными конструктивными изменениями системы смены ножей и другими инновациями.

Семинары сопровождалась демонстрацией оборудования в работе — печатной машины GTO, оснащенной системой прямого пленочного увлажнения DDS 2 и пакетом опций для увеличения производительности Performance Package.

В демоавтобусе Polar была представлена резальная машина Polar 78 XT, укомплектованная 15-дюймовым touch screen-монитором высокого разрешения, русифицированным программным обеспечением, системой Optknife, упрощающей процесс смены ножа, лифтом для смены ножа и юстировки спереди, обеспечивающей меньшее время замены.

К НОВЫМ РЫНКАМ

В конце августа 2004 г. ФГУИПП «Советская Сибирь» запустило в промышленную эксплуатацию вторую очередь полноцветной офсетной машины Uniset-70 производства немецкого концерна MAN Roland.

До начала эксплуатации печатной машины Uniset-70 в марте 2003 г. многие издатели полноцветных газет Новосибирска сотрудничали с типографиями Томска и Барнаула, но буквально в течение двух-трех месяцев перешли печататься в «Советскую Сибирь». Высокое качество выпускаемой продукции вскоре стало визитной карточкой типографии и на региональном полиграфическом рынке.

По объемам производства полиграфической продукции в 2003 г. «Советская Сибирь» вышла на третье, а по выпуску газет — на второе место среди полиграфических предприятий системы МПТР России.

К концу 2003 г. загрузка первой башни Uniset-70 доходила до 94–96% в неделю, не оставляя ресурса для приема новых заказов, поэтому было принято решение инвестировать еще 2,7 млн евро в приобретение второй башни печатной машины Uniset-70.

Установка на второй башне двух рулонных зарядок расширила возможности по печати изданий повышенной полосности. Так, если максимальный объем полноцветной тетради с двух башен составляет 32 полосы формата А3, то объем тетради с частичной красочностью достигает 48 полос.

С пуском в эксплуатацию второй очереди печатной машины Uniset-70 планируются существенные изменения в линейке допечатного и послепечатного оборудования.

Для более оперативной и точной настройки красочных аппаратов печатная машина оснащается современным программным комплексом CIP-3. Его применение в несколько раз сократит период приладки издания.

Улучшить качество печати и сократить время формных процессов позволит установка устройства СТР производительностью более 50 пластин в час, планируемая на четвертый квартал 2004 г.

Существенные изменения произойдут и в линейке послепечатного оборудования Ferag — установленное полтора года назад счетно-комплектующее устройство теперь станет резервным выводом, а в качестве основного

будет использован более совершенный агрегат.

На выставке drupa руководители ФГУИПП «Советская Сибирь» и концерна MAN Roland подписали протокол о намерениях установить в Новосибирске третью башню печатной машины Uniset-70, конфигурация которой, возможно, будет включать газовую сушку. С реализацией этого проекта ФГУИПП «Советская Сибирь» выйдет на рынок полноцветной рулонной печати на мелованных и слабо-мелованных сортах бумаг плотностью от 48 г/м². Летом было начато строительство газовой ветки длиной более 1,5 км, и к концу года на предприятии появится газ.

Установка третьей очереди печатной машины Uniset-70 ставит перед предприятием и проблему модернизации комплекса по экспедированию изданий. Уже сегодня у многих клиентов возникает потребность осуществления вкладки в многотиражные газеты рекламных листовок, поэтому руководство предприятия присматривается к рынку вкладочных агрегатов, способных решать такие задачи со скоростью печати, то есть не менее 30–40 тыс. экз. в час.

Бумага Веларт

Просто



Торговая система «Регент-Арт»: Москва (095) 789-8034, 924-0117
Поставки в регионы: 970-1394, 970-1395

Филиалы «Регент»: Алматы: (+10 7 3272) 43-3292
Екатеринбург: (343) 350-5190 Казань: (8432) 12-1641
Киев: (+38 044) 458-2965 Краснодар: (8612) 22-7294
Минск: (+37 517) 218-1374 Н.Новгород: (8312) 31-3100
Новосибирск: (3832) 12-5800 Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522
Самара: (8462) 35-3741 Санкт-Петербург: (812) 320-7170
Саратов: (8452) 45-9669 Тверь: (0822) 35-3120
Тула: (0872) 35-5736 Уфа: (3472) 78-8899

www.regent.ru

Превосходно



высококачественное многослойное покрытие
исключительная стабильность
постоянство качеств
уникальное соотношение белизны и непрозрачности
блестящие печатные качества
быстрое впитывание краски
меньшая потребность в краске
по сравнению с другими сортами бумаги
оптимальная гладкость
прекрасные результаты послепечатной обработки



ПЕРВАЯ МАШИНА ДОСТАВЛЕНА

В типографию «Пушкинская площадь» прибыла первая из двух рулонных печатных машин Sunday 4000/48. Доставку оборудования из французского городка Монтатер компания «Гейдельберг» осуществляла на 20 трейлерах в течение двух недель. Вес некоторых узлов Sunday (например, фальцаппарата) достигал 30 т, а длина — 15 метров (газовая сушка). Все это требовало тщательной подготовки и ювелирной точности выполнения разгрузочных работ.

В настоящий момент производится монтаж, в ноябре машина будет установлена, тогда же начнутся первые тесты. Вторая Sunday 4000 будет доставлена в типографию весной 2005 г.



Кроме того, в ближайшее время будут установлены и начнут работать еще две системы СТР фирмы Creo Trendsetter VLF 5067 Quantum с термообжигом в линию. Парк послепечатной обработки пополняют Kolbus 15–15000 с двумя станциями приклейки карточек, а также две линии Stitchmaster ST–400 (8 секций) и линия поэкземплярной упаковки фирмы Sitma.

НОВОЕ СТР БОЛЬШОГО ФОРМАТА

Компания «Терем», официальный дистрибутор компании ECRM на российском рынке, представила новую модель СТР большого формата — Мако Extra HV. Это уникальное предложение для владельцев печатных машин ПОГ 168 и Rondo Set, формат печатных форм которых превышает существующие на рынке форматы устройств СТР класса 8-ур. Покупка же устройства сверхбольшого формата для многих типографий нежелательна из-за достаточно высокой цены. При этом большинство устройств СТР VLF экспонируют только термальные пластины, в то время как Мако Extra HV комплектуется фиолетовым лазером для экспонирования фотополимерных или серебросодержащих пластин. Система разработана для обеспечения максимального охвата форматов печатных машин: от 254x254 до 835x1250 мм. Скорость вывода составляет 23 пластины формата 800x1030 мм в час.

Уже подписан первый контракт с издательством Башкортостан. В комплект поставки входят: Мако Extra HV для фотополимерных или серебросодержащих пластин; система штифтовой приводки; компьютерная платформа на базе Pentium 4; ECRM-RIP; CtServer, который позволяет легко интегрироваться в любую систему на базе 1-битного TIFF, а также проявочный процессор Glunz&Jensen Raptor85 с транспортером для подключения в линию.

«HEIDELBERG–ФОРУМ»

«Гейдельберг СНГ» и МГУП при участии специалистов «Немецкого союза печатников» 16–18 ноября с. г. проведут «Heidelberg-Форум» на тему «Тенденции развития и современные технологии в полиграфической отрасли».

Основные цели форума — представить тенденции развития полиграфической отрасли; обсудить такие проблемные вопросы российской полиграфии, как подготовка кадров, стандарты и нормативы; создать условия для обмена опытом между полиграфистами.

Основные задачи — показать текущее состояние мировой и российской полиграфии; разобрать тенденции развития технологий, в первую очередь, заметных на выставке drupa; обсудить актуальность их внедрения на нашем рынке; представить процесс подготовки кадров для полиграфии в западных странах, обсудить возможности получения профессионального образования и повышения квалификации в России.

Форум будет включать пленарные сессии, круглые столы по технологическим и экономическим вопросам, посещение ведущих типографий.

В рамках «Heidelberg-Форума» будут проходить «Осенняя Олимпиада полиграфистов» и награждение победителей конкурса на лучший буклет о своей типографии — «Мэтр Полиграфии».

ТЕСТ ПРОЙДЕН

В конце сентября новая серия красок Van Son Vs5, объявленная на drupa, была успешно протестирована рядом типографий Москвы, Московской области и городов Центрального региона России.

В ходе тестов печатниками была отмечена высокая интенсивность красок, которая позволяет сократить подачу увлажняющего раствора, уменьшить расход краски и получить яркие высококонтрастные оттиски.

Благодаря высокой скорости высыхания оттиски могут быть быстро подвергнуты послепечатной обработке — УФ-лакированию в режиме off-line и ламинированию без предварительной обработки запечатываемого материала, а также лакированию в линию водно-дисперсионным лаком при наличии ИК-сушки.

Серия Vs5 одинаково хорошо показала себя при печати на различных видах мелованных и немелованных бумаг и картоне. Кроме того, оставленная в кипсейке краска в течение 24 ч сохраняет свои свойства.

Офсетные краски производства Van Son изготавливаются из высококачественных компонентов и не содержат токсичных веществ. Они полностью соответствуют Европейским нормам безопасности EN-71 и могут применяться для печати на неспособающейся с продуктами стороне упаковки для пищевой и табачной промышленности.

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**GART и
GART digital**

www.kursiv.ru/GART

КБА Рапида 205 – новинка в супербольшом формате



Больше опций с XXL^{plus}

Супергиганты от КБА вызывают огромный интерес у производителей плакатов и большеформатной упаковки. Но Рапида 205 (формат 151x205 см) и Рапида 185 (формат 130x185 см) открывают новые возможности и перед производителями книг и упаковки. Это достигается благодаря интегрированному устройству продольной резки ICS, которое разделяет огромный лист на листы необходимого формата и образует точный стапель для послепечатной обработки. Рапида 205 также открывает простор возможностей в печати суперпостеров для наружной рекламы. Для печати классических плакатов идеально подходит Рапида 185. При этом обе машины по уровню автоматизации и комфорту обслуживания не уступают машинам среднего формата. Лакировальная секция, перфорационная секция и многие другие преимущества - все, как у всемирно известных машин большого формата от КБА. Если Вы хотите узнать подробности, просто позвоните нам.

ООО «КБА РУС»:

117313 Москва, Ленинский проспект, 95а

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

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

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

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

факс (812) 325-19-17



KBA

Koenig & Bauer AG



**Александр
ПРОНЧЕНКОВ**

Московское
Представительство
Байерсдорф АГ
tesa — самоклеящи-
еся ленты
Менеджер в СНГ

ГАРТ: Александр, расскажите о продукции tesa, которая предназначена для полиграфии.

А. П.: Немецкая компания tesa AG — крупнейший европейский производитель самоклеящихся лент, известных во всем мире под торговой маркой tesa. В производственной программе компании более 600 видов самоклеящихся лент.

Мне бы хотелось сразу отметить, что tesa для всех отраслей промышленности, с которыми работает, производит высокопрофессиональную продукцию. Для каждого применения подбираются оптимальные характеристики ленты. Полиграфия является одной из отраслей, которой tesa уделяет очень большое внимание.

Начать, видимо, нужно с флексографской печати, где у нас есть самые разнообразные клеющие ленты для монтажа форм.

Мы предлагаем высококачественные вспененные ленты с рабочей толщиной 380, 500 и 1500 мкм при различной жесткости основы для комбинированной и растровой печати. Они разрабатывались в сотрудничестве с таким крупным производителем фотополлимерных пластин, как BASF, и испытывались в авторитетном DFTA-TZ. В программе tesa есть ленты на основе

пленок и на тканевой основе для монтажа толстых фотополлимерных и резиновых форм. Мы предлагаем вспененные ленты трех разных степеней жесткости, они предназначены для монтажа пластин на стальные цилиндры или рукава. Формулы клея подобраны таким образом, что оптимальная адгезия достигается очень быстро и далее не зависит от тиража. Это уже хорошо известные на рынке tesa Steel Master и tesa Sleeve Master. Новые ленты Steel Master TP разработаны специально для тонких форм 1,14 мм, как правило, изготовленных с помощью цифровых технологий и очень дорогих. При использовании tesa Steel Master TP эти тонкие формы не деформируются при перепозиционировании и не разрушаются при удалении их с цилиндра по окончании печати.

ГАРТ: Но такие ленты стоят, видимо, недешево?

А. П.: Да, это более дорогие материалы, но они и ориентированы на печать высочайшего качества. В широком ассортименте tesa есть и недорогие ленты на основе ткани и пленки.

Следующей позицией в ассортименте tesa, предназначенной для полиграфии, являются ленты для срачивания рулонных материалов. Они применяются и в печати упаковки, и в рулонном офсет, и в производстве бумаги. Соответственно, есть ленты для разных материалов: пленок, мелованных и немелованных бумаг и пр.

tesa первой предложила на рынке уникальную ленту для срачивания бумаги — Easy Splice. Если ленты предыдущих поколений требовали выклеивания из них сложных фигур типа «зуба пилы», чтобы обеспечить надежное срачивание на высокой скорости, то с лентой tesa Easy Splice достаточно наклеить одну полосу по ширине рулона. При этом надежность срачивания по-

вышается до 98%. Время подготовки рулона и количество используемой ленты сокращаются в несколько раз. Эти ленты выдерживают высокие температуры и могут использоваться на машинах с сушками.

ГАРТ: Но в России, видимо, машин с автоматической сменой рулонов не так много?

А. П.: Их достаточно. Но даже при отсутствии этого устройства нужно же как-то срачивать рулоны. Если говорить о газетном производстве, то и сейчас есть печатники, пользующиеся простым клеем из-за его кажущейся дешевизны, но это очень неэффективно. Приходится выбрасывать в брак десятки копий газет. Применяют и недорогие непрофессиональные самоклеящиеся ленты, предназначенные совсем для других целей. Но если склейка порвется, будет потеряна уйма драгоценных у газетчиков времени и бумаги.

У нас были и другие примеры, когда региональная газетная типография с клея перешла сразу на tesa Easy Splice, поняв преимущества. Просто до этого они не знали о наличии такой ленты. Она, конечно, не самая дешевая, но зато подготовка к срачиванию занимает минимальное время, а сам процесс становится надежнее. Лента tesa Easy Splice дает возможность подготавливать рулоны силами одного зарядчика, в одном месте и хоть на целый тираж. При использовании этой ленты перекрытие полотен в месте склейки составляет всего 5 см. В последних версиях tesa Easy Splice выпускается аллюминизированной или черного цвета и может применяться в зависимости от того, какой датчик срабатывания ножа имеется в конкретной рулонной машине. Таким образом, типография, перешедшая на tesa Easy Splice, экономит 4 раза: на длине ленты, на «бабоч-

ках», на метке срабатывания датчика, а также срачивание не требует снижения скорости печати.

ГАРТ: Так ли надежна лента tesa Easy Splice?

А. П.: Я приведу пример. Мы посещали финскую фабрику по производству бу-

**tesa Easy Splice
используется
для срачивания
мастер-ролей
бумаги
длиной 9 и
диаметром 3 м.
И на полной
скорости, а на
современных
бумагоде-
лательных
машинах она
достигает
1500 м/мин,
выполняется
автоматическое
срачивание ру-
лонов. Зрелище
впечатляющее!**

маги. Там tesa Easy Splice используется для срачивания мастер-ролей бумаги («тамбуров»). Это рулон длиной 9 и диаметром 3 м. И на полной скорости, а на современных бумагоделательных машинах она достигает 1500 м/мин, выполняется автоматическое срачивание рулонов. Зрелище впечатляющее! Представьте себе, какие при этом возникают нагрузки! И подтверждает надежность tesa Easy Splice тот факт, что два оператора, наклеив ленту, садятся на велосипеды и преспокойно передвигаются на другую точку производства, не дожидаясь момента срачива-

ния, будучи на 100% уверены в успешном результате.

Вообще, для бумажных производств tesa предлагает очень широкий ассортимент самых разных лент, и одно предприятие использует, как минимум, четыре-пять разных видов. Для этих производств очень важно, чтобы ленты были перерабатываемыми. И мы предлагаем именно такие. Российские ЦБК становятся все более «цивилизованными», начинают работать по европейским стандартам, перестают покупать непрофессиональные дешевые ленты, поэтому для нас это очень хорошие партнеры.

ГАРТ: Но и оснащенных современными рулонными печатными машинами офсетных типографий тоже становится все больше и больше?

А. П.: Да, это очень заметно на рынке. Возникают новые типографии, где установлено современное оборудование, переоснащаются старые. Практически все крупные газетные и журнальные производства используют tesa Easy Splice. Один из крупнейших наших клиентов — «Медиа-Пресса». Есть, кстати, у нас клиенты на tesa Easy Splice даже и в Беларуси.

ГАРТ: Какую еще продукцию вы предлагаете?

А. П.: Самоклеящиеся ленты и решения как для многих традиционных отраслей промышленности, так и для совсем новых, появившихся сравнительно недавно.

Например, у нас есть решения для производства различных видов так называемых smart-карт. Специальные ленты, представляющие собой термоактивируемый клеевой слой применяются для вклеивания чипов в телефонные карточки. Раньше в России чипы вклеивались в карточки вручную, но теперь уже достаточно много автоматических машин.

Наши самоклеящиеся ленты используются и в производстве карт для бескон-

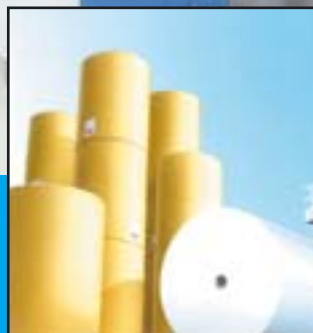
тактного управления доступом. Такая карточка внутри имеет антенну и чип, которые приклеиваются термоактивируемой токопроводящей лентой.

Еще один продукт tesa для производства карточек и не только — самоклеящиеся скретч-панели. Они могут быть выполнены с применением самых разных степеней защиты. При попытке отклеивания панели разрушаются. На них возможно нанесение различных изображений с использованием специальных красок. Это идеальное решение для производства различных платежных карточек, и у него очень хорошие перспективы. Хотя в России пока еще используются и другие способы нанесения стираемого слоя.

ГАРТ: Есть еще и продукты, которые позволяют идентифицировать факт вскрытия упаковки?

А. П.: Да, это специальная упаковочная лента, которая при отклеивании оставляет часть клеевого слоя на заклеенной поверхности. В результате проявляется надпись, которая говорит о том, что коробка вскрывалась. На основе этого продукта tesa сделала ряд других — специальные наклейки разного размера, которые могут наноситься на различные объекты, чтобы легко контролировать вскрытие их кто-то, или нет. Есть конверты, на которые вместо клеевого слоя уже нанесена эта лента.

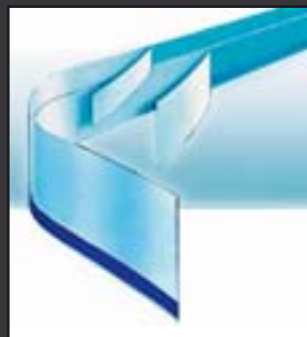
Развитием способов защиты, предлагаемых фирмой tesa, стала технология HoloSpot, которая использует сложную запись информации лазером на очень маленький объект. Самоклеящийся кружок диаметром всего 1 мм может наноситься на любую упаковку. А считыватель информации — совсем простое устройство стоимостью около 50 евро, которое позволит проконтролировать аутентичность товара и поможет защитить



Когда в процессе рулонной печати необходимо

быстро и надежно

**склеить рулоны бумаги,
нет лучшего решения, чем
ленты tesa EasySplice Print Line**



- Надежная фиксация верхнего слоя нового бумажного рулона
- 100% контакт заканчивающегося и нового бумажного рулонов
- Надежное открытие нового рулона бумаги после контакта

Уникальная структура лент EasySplice Print Line позволяет существенно упростить подготовку к сращиванию бумажных рулонов, как при автоматической, так и при ручной склейке



Звоните нам: (095) 258 4024
или пришлите факс: (095) 792 32 45

Московское представительство Байерсдорф АГ, tesa (Германия)

Александр ПРОНЧЕНКОВ
(Продолжение. Начало на с.12)

конечного потребителя от покупки подделок. Надеюсь, рынок примет эту технологию, тогда считыватель сможет быть интегрирован, например, в мобильный телефон. По-моему, удобно.

ГАРТ: При массовом производстве где-нибудь в Китае цена считывателя, видимо, еще и сократится очень существенно?

А. П.: Наверное, ведь теперь все делают в Китае. У фирмы tesa на рынке Юго-Восточной Азии очень большие успехи. Представьте, например, в каждом сотовом телефоне используются наши самоклеящиеся ленты. Экран, микрофон и другие элементы обычно клеиваются с помощью изготовленных нашей фирмой высечек специальной формы.

Сейчас tesa строит в Китае свой завод по производству самоклеящихся материалов, ведь этот рынок будет расти, причем высокими темпами.

ГАРТ: Но конкуренты все-таки есть?

А. П.: Да, конечно, но производителей, которые имеют такую же номенклатуру самоклеящихся лент, как у нас, за исключением ЗМ, пока нет. Есть те, которые работают в отдельных секторах рынка. Причем многие продукты, например, tesa Easy Splice, мы вывели на рынок первыми. Конкуренты предложили аналогичные решения на два года позже.

В России ситуация пока странная. На строительном рынке, где посетители ходят под дождем, можно найти малярную ленту неизвестного производителя по очень высокой цене. Причем невооруженным глазом видно, что в рулоне меньше, чем положенные 50 м. Хотя написано именно 50. А недалеко от рынка — супермаркет, который торгует нашей продукцией, имеющей гарантированное качество и длину. При этом она еще и дешевле, чем та, неизвестная, на рынке.

Понятно, что тому, кто покупает ленту раз в полгода, и цена, и качество, и длина сравнительно безразличны. Наша же продукция рассчитана на профессионалов, которые используют самоклеящиеся ленты каждый день. Они ценят качество и соответствие заявленным характеристикам. А что касается стоимости, то у нас есть специальные программы и для полиграфистов, и для специалистов других отраслей, которые позволяют приобретать материалы tesa по очень конкурентным ценам.

Еще одна технология защиты

Сегодня вопрос о том, насколько вам вредит подделка вашей продукции можно задать любому производителю, работающему в самых разных и даже неожиданных секторах рынка. Проблема в том, что с развитием технологий подделать оригинальную упаковку для тех, кто этим профессионально занимается — не составляет особого труда. Подделать, правда, нужно еще и содержимое этой упаковки, но это уже некоторая вторая производная. Ведь покупать духи в трехлитровых банках никто не станет. Даже если цена окажется интересной. А может, и станет. Взял, вывез из Франции пару бутылок хорошего белого вина, а в них на самом деле те самые духи, которые №5. Конечно, нужно еще найти того поставщика, который сумеет такую контрабанду организовать, ведь Франция — не Куба, где работники фабрик по производству сигар зарплату получают натурой — то есть ими же произведенным продуктом, который потом курят крупные российские специалисты по сигарам, покупая их в московских магазинах.

Была, правда, некоторое время назад, где-нибудь около трех лет, на российском рынке большая тусовка между производителями той самой косметики. Один из них, видимо, отправлял духи цистернами в ближневосточную страну, где они разливались, упаковывались и поступали в Россию по цене, существенно более низкой, чем те духи, которые из Франции. Хотя, скорее всего, никто там ничего не разливал, просто один из производителей парфюмерии решил таким образом сломать рынок под прикрытием своего ближневосточного агента.

На самом деле, до определенного момента в России были очень дороги некоторые виды редкой продукции. И на сегодняшний день они также остаются очень дорогими. Это товары из высокой ценовой категории. Скажем, ювелирные украшения или часы. Можно отъехать буквально в соседнюю страну или посетить Duty Free в Ш 2 для того, чтобы понять это. Но мы сегодня совсем о другом.

Очень большой объем производства действительно контрафактной продукции обеспечивает большие потери



для крупнейших ее производителей. В России еще несколько лет назад стояла проблема контрафактной водки. Сегодня ходят слухи о том, что все медикаменты у нас тоже не самые оригинальные. Ну, а про дорогостоящие «штучки» уже и говорить не приходится.

Есть много идей о том, как защитить продукцию от подделки. Причем над этими вопросами работает большинство компаний, имеющих хоть какое-то отношение к выпуску оборудования и материалов для производства упаковки. Есть самые разные варианты применения различных методов, вплоть до внедрения в упаковку специальных слабоизлучающих радиоактивных элементов, которые помогут подтвердить тот факт, что продукция не подделана.

Идея, которая предлагается фирмой tesa — технология HoloSpot — несколько отличается от других. Немецкие специалисты придумали оригинальный метод лазерного нанесения информации на самоклеящиеся эти-

кетки. При этом на наклейку диаметром 1 мм (!) можно нанести информацию, объемом в несколько килобайт. Для последующего считывания этой информации tesa разработала достаточно простые и недорогие устройства. А вот для ее нанесения необходимо использовать дорогие специализированные лазерные установки. Таким образом, тому, кто займется подделкой, кроме приобретения лазерной установки придется еще и поломать голову над взломом системы защиты.

Идея фирмы tesa — ясна. Она, безусловно, коммерческая, и может обеспечить любого производителя некоей продукции. Например, табачные компании смогут маркировать не только коробки и блоки, но и пачки. Легко представить, какое сумасшедшее число этих этикеток понадобится.

Это похоже на штрих-код, но намного более умный и емкий с точки зрения хранимой в наклейке информации. Но и более дорогой, соответственно. А куда деваться? Чтобы гарантированно защищать свою продукцию от подделки, необходимо вкладывать деньги в технологии. Кстати, информация на этикетку записывается с дублированием, так что грязь и царапины не мешают ее считыванию.

В ИГРУ ВСТУПАЕТ SUN CHEMICAL

Все вопросы, связанные с технологиями защиты от копирования, сегодня являются насущными проблемами очень многих компаний: производителей лекарств, пищевых и других самых разнообразных массовых продуктов. Производители красок имеют опыт, соответствующие производства и продукты. Но они слишком дороги для массового рынка. Можно, конечно, использовать специальные краски, применяемые для защиты денег от подделки. Но тогда упаковка может оказаться дороже своего содержимого.

Есть достаточно разумные технологии защиты, основанные на самых разных эффектах. Но есть и такие, что не всегда связаны с применением специальных расходных материалов. Математика и полиграфия становятся все более смежными бизнесами. Например, на коробку можно обычной офсетной печатью нанести некоторый сложный и не очень заметный узор. Потом, воспользовавшись специальной пленкой, на которую нанесен другой узор можно проверить, не подделал ли кто-нибудь упаковку. При совмещении двух узоров должно проявляться изображение. Это недорогой способ, но и

сегодняшние технологии допечатной подготовки позволяют имитировать такую защиту достаточно легко.

Есть уникальная идея защиты продукции. Она вообще не требует изменения продукта или упаковки. Основана она на том, что два очень похожих на первый взгляд объекта на самом деле отличаются. Компания Veritec разработала технологию, которая может применяться для защиты практически любого продукта. Например, нанесенные на циферблаты двух дорогих часов изображения при большом увеличении отличаются, даже если часы из одной партии.

Задача защиты от подделки заключается в выборе элементов, которые будут отличаться от объекта к объекту. Что это за элементы, будет знать только производитель продукции. Затем, например, для партии часов изображения элементов сохраняются в централизованной базе данных. После этого, проверив элементы на определенных часах в магазине в любой точке мира, можно узнать, не подделаны ли они, из какой партии и как попали в этот магазин. При чем здесь крупнейший производитель печатных красок? Просто компания Sun Chemical недавно приобрела фирму Veritec.



оригинальность
решения



Москва: 115201, Москва, 2-й Варшавский проезд 6,
тел.: (095) 232 2610

Санкт-Петербург: 191186, С.-Петербург, Б. Конюшенная 29,
тел: (812) 329 9191

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



www.bereg.net

БУМАГА И КАРТОН





Новости. Фиолетовые и не только

Как много событий может произойти всего за месяц. Еще недавно, после прекращения фирмой Esko-Graphics производства фиолетового CTP Plate-Driver 8, производители и поставщики термальных систем CTP вышли на улицы с транспарантами «Thermal forever». Мы попробовали в предыдущем номере ГАРТ проанализировать ситуацию и пришли к выводу, что такие лозунги пока, мягко говоря, преждевременны.

ТЕПЕРЬ И KODAK

С тех пор пошло очень немного времени, и одной из главных новостей стало распространенное 11 октября официальное сообщение Kodak Polychrome Graphics (KPG) о том, что эта фирма начинает производство фиолетовых фотополимерных пластин. Слухи об этом ходили уже несколько лет. Ожидалось, что пластины будут анонсированы на выставке Irex 2002, потом на drupa, но KPG приурочил анонс пластин к выставке газетных технологий IfraExpo. Почему именно к газетной выставке? Видимо, потому что пластины KPG VioletNews предназначены для газетной печати.

Интересно, что фирма KPG, являясь одним из крупнейших мировых производителей офсетных пластин, занималась до того только пластинами CTP для термальной технологии. Это был один из аргументов приверженцев «термала» — «Раз Kodak не делает фиолетовые пластины, значит это плохая технология». Чтобы после длительного отрицания необходимости производства фиолетовых пластин перейти к тому, что они все-таки нужны, особых аргументов руководитель KPG Джеф Джекобсон не привел. Фактически его высказывание можно расценить, как признание ошибок прошлого. По его словам, «стратегия KPG заключалась в ориентации на сегмент коммерческой печати (подразумевается, видимо, что в этом сегменте преобладают термальные системы. — прим. ГАРТ). Но мы поняли, что газетная печать и небольшие типографии могут выбрать другую технологию. А так как мы хотим предоставлять клиентам полный спектр решений, то теперь мы предлагаем и термальные, и фиолетовые пластины для CTP. В 2005 г. мы предложим еще и фиолетовые пластины для коммерческой печати».

Пластины VioletNews появятся сначала на европейском рынке. Произойдет это в первых месяцах 2005 г. Тиражность VioletNews — 200 тыс. отт. Пластины обеспечивают воспроизведение градаций от 2 до 98% при лини-

атуре раstra до 175 л/дюйм. Пока идет этап бета-тестирования в европейских и американских газетных типографиях. Производиться пластины будут на заводе KPG в немецком городе Остероде. То есть Европе и России повезло больше.

Теперь поставщики термальных CTP лишились одного из аргументов в пользу своей технологии. Буквально — «И ты, Брут...» А у производителей и поставщиков фиолетовых CTP есть новый аргумент — «Теперь и Kodak!»

Эта новость не имела эффекта разорвавшейся бомбы, индустрия сказала: «Ну наконец-то выяснилось, что это были не просто слухи». Правда, есть одно «но». Теперь поставщики термальных CTP лишились одного из аргументов в пользу своей технологии. Буквально — «И ты, Брут...» А у производителей и поставщиков фиолетовых CTP есть новый аргумент — «Теперь и Kodak!» Интересно, что в интервью, которое мистер Джекобсон давал на месяц раньше, он ни словом не обмолвился о том, что KPG начинает играть на новом для себя рынке фиолетовых пластин.

AGFA-LASTRA

После приобретения фирмы Lastra компания Agfa начала оптимизацию объединенных производственных мощностей. В частности, в конце октября стало известно о том, что в рамках процесса интеграции в США будет закрыт принадлежащий фирме Lastra завод по производству пластин. Со второго полугодия 2005 г. пластины Lastra/WesternLitho будут производиться на заводе компании Agfa в г. Брэнчбург штат Нью Джерси. Мы пока не имеем информации о том, что произойдет с линией по производству фотополимерных пластин, работающей на заводе фирмы Lastra. Она ис-

пользует технологию, разработанную еще компанией Mitsubishi. Если ее перевезут на новое производство, что маловероятно, то это одно, а если просто «выкинут», то возникают вопросы. Ведь фиолетовые СТР-пластины фирмы Lastra худо-бедно, но продавались. У них было одно отличие от соответствующих пластин Agfa и FujiFilm — они не требовали предварительного нагрева перед проявлением.

Для работы с пластинами Lastra некоторые клиенты, в том числе и в России, приобрели системы СТР с проявочными машинами без опции pre-heat. То есть теперь начнется большой бизнес у производителя проявочных машин?

Все-таки похоже на то, что принято решение с технологией Mitsubishi закончить. По нашей информации, для Европы Lastra скоро предложит новые фотополимерные пластины, которые будут делаться теперь на заводе AGFA в Висбадене.

«ЦИФРОВИЗАЦИЯ» И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Вообще, если говорить о тенденциях на рынке полиграфического оборудования и расходных материалов, то их на сегодняшний день две — «цифровизация» и глобализация бизнеса. «Цифровизация» давит на производителей различных пленок очень сильно. Если взять тот же Kodak (имеется в виду Eastman Kodak Company), то бизнес этой компании существенно сокращается — и в сегменте цветных пленок для традиционных фотоаппаратов, и в сегменте фототехнических пленок для полиграфии. Масштабы сокращения настолько велики, что в Европе компания Kodak вынуждена изменить свою производственную структуру. Она закрывает целые предприятия, что влечет за собой многочисленные увольнения сотрудников, что в Европе стоит недешево. Причем этот процесс, скорее всего, не связан с переводом производства в Китай, что является сегодня модной темой для компаний, работающих в различных отраслях. Просто снижение спроса наложило, возможно, на растущий курс евро по отношению к доллару.

Принимаются очень серьезные решения. Они, кстати, проводятся в рамках трехлетней программы Kodak по сокращению издержек и ускоренному развитию цифровых направлений бизнеса. В соответствии с этой программой на треть будут сокращены производственные площади предприятий

Kodak и на 12–15 тыс. — численность персонала. Это очень много.

В перспективе реорганизация производства в Европе коснется предприятий Kodak в Англии и Франции. В Англии Kodak закроем производство фототехнической пленки в г. Хароу и цветной фотопленки в г. Эннсли. Во французском г. Шалон будут закрыты предприятия по выпуску цветной фотопленки и фотобумаги. Тем не менее производственные мощности Kodak в Европе останутся вполне достаточными для удов-

летворения снижающегося спроса на «аналоговую» продукцию. Кроме того, совсем скоро закрывается еще один завод Kodak в Австралии, который занимался производством цветной фотобумаги.

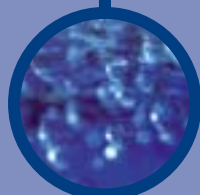
Что касается глобализации, то после приобретения компаний Versamark и NexPress Solutions фирме Kodak необходимо, видимо, создать единый канал продаж имеющегося оборудования, что сделать будет не очень просто. Как это ни странно, у Kodak практиче-

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.



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

ки отсутствует опыт работы на полиграфическом рынке. Ведь основные поставки на нем осуществляет KPG — совместное предприятие Eastman Kodak и SunChemical, в котором партнеры имеют равные доли. Пока для продаж на полиграфическом рынке используются несколько экстенсивные методы. В частности, в скором времени права на поставки ЦПМ NexPress и систем черно-белой цифровой печати будут предоставлены еще и KPG. Так что скоро, по всей видимости, на российском рынке прибавится десяток поставщиков цифровых печатных машин. Кстати, объемы продаж подразделений Kodak в России в третьем квартале 2004 г. выросли на 8% по сравнению с тем же периодом 2003 г. Причиной стало расширение дистрибуторской сети.

БОЛЬШАЯ ССОРА

В конце октября поссорились два крупнейших мировых полиграфических предприятия. Не поворачивается язык назвать их типографиями, ведь в составе каждого десятки типографий.

Компания Quebecor World Inc., которая упоминалась в предыдущем номере ГАРТ при анализе перспектив глубокой печати, подала в суд на R. R. Donnelley & Sons, а также трех бывших своих сотрудников. Целью иска является запрет использования компанией Donnelley коммерческих секретов, принадлежащих Quebecor World. Причем, руководство этой компании предполагает «агрессивно» защищать свои коммерческие тайны.

Складывается такое впечатление, что одна компания сманила у другой несколько специалистов, владеющих такой информацией, которая позволяет успешно конкурировать на непростом сегодня рынке производства печатной продукции. Какие уж это секреты, можно только догадываться. Сразу приходит на ум, что это суммы «откатов» хорошим заказчикам (мы уже писали о том, что скандалы с откатами в рекламно-полиграфической тусовке США время от времени случаются). Но насколько реально запретить решением суда пользоваться этой информацией? Нет, наверное, это просто коммерческая информация ;-)

ПРОБЛЕМЫ У CREO

Если месяц назад торжествовали апологеты термальных СТР, то теперь на улицы вышли поставщики фиолетовых систем с лозунгами «Конец термала». Просто стали широко известны сделанные еще в августе корпорацией Dundee Securities весьма пессимистичные оценки перспектив акций Creo. А для нормального капиталистического рынка именно динамика изменения цены акций определяет перспективы компании в целом. Это была, видимо, самая главная новость октября. По мнению аналитиков, у фирмы Creo слишком высокие затраты на обеспечение продаж, общие и административные расходы, а также инвестиции в научные исследования. Цена акций снизилась с 2000 г. в пять раз. Кроме того, развитие собственного производства пластин

Устройства СТР в скором времени могут превратиться просто в «процессоры для офсетных пластин с компьютерным управлением»

также оценивается аналитиками негативно на данном этапе развития рынка. Ведь конкурировать Creo приходится с крупнейшими игроками, имеющими отлаженные производства и каналы сбыта. Припомнили Creo и «развод» с Heidelberg, состоявшийся накануне выплаты дивиденда 2000.

Несмотря на разработанную менеджментом Creo программу сокращения издержек, акционеры недовольны. Группа, владеющая в сумме 6% акций компании, предложила руководству Creo уйти в отставку.

Руководство отказалось, создало специальную комиссию, задачей которой является выработка стратегии по выводу компании из кризисной ситуации. К участию в выработке решения привлечены специалисты Merrill Lynch. По словам руководителя Creo Амоса Михельсона, рассматриваются все возможные варианты, включая продажу компании или отдельных ее активов.

Казалось бы, перспективы компании на рынке должны оценивать отраслевые аналитики, ведь полиграфия — достаточно специфическая отрасль. А

финансисты видят скорее именно экономическую ситуацию, не погружаясь глубоко в специфику. Но масла в огонь подлил и известный специалист и обозреватель Энди Трибьют. Он также оценил позицию руководства Creo и перспективы компании как не самые лучшие.

Все случившееся — серьезная встряска для крупнейшего производителя термальных систем СТР. Может быть, это заказной случай, и кто-то хочет просто купить Creo подешевле?

КОМУ ЭТО НУЖНО?

На самом деле перспективы термальных СТР совсем не так плачевны. По некоторым оценкам, 59% из установленных в США систем полного формата — термальные. А в большем формате у термальных подавляющее преимущество. Так что рынок сбыта есть, хотя, возможно, он сократился с развитием фотополимерных технологий. Получается, что сложившаяся с Creo ситуация, на самом деле очень похожа на просчеты руководства. Мы можем вспомнить и более тяжелые и запущенные случаи, с намного более крупными компаниями. Взять тот же Xerox. Но с активной деятельностью нового руководства, которое пришло в эту корпорацию в 2000 г., ситуация стала постепенно выправляться.

Кто может купить Creo? Скорее всего, покупать целиком никто не станет. В этом с аналитиками можно согласиться. Но у компании есть несколько практически непересекающихся направлений бизнеса. Основное — системы СТР, и, теоретически, оно могло бы быть интересно для Eastman Kodak, но последнему необходимо сначала разобраться с приобретенными ранее компаниями, продемонстрировать положительную динамику своего подразделения графических систем и только потом ввязываться в очередные приобретения.

Вообще, устройства СТР в скором времени могут превратиться просто в «процессоры для офсетных пластин с компьютерным управлением». Они будут различного формата, в них будут использоваться разная «химия» и разные технологии экспонирования. А если говорить о процессорах для обычных пластин, то сегодня их практически никто из крупных производителей пластин сам не делает, все покупают у одной небольшой датской фирмы. И все. Главные деньги зарабатываются на другом. Так что посмотрим, как будут развиваться события.

самые нефигтивные мероприятия



объединенная рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$ **300** *

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

Мы предлагаем Вам
самый эффективный
канал доставки Ваших
маркетинговых
материалов. Это
персональная почтовая
рассылка по базе данных
журнала ГАРТ. Издание
существует более трех
лет. База данных
постоянно обновляется.

специальные рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$ **0,5** *

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



DIRECT VIP

\$ **1,5** *

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ



GART DIRECT

Москва,
ул Электrozаводская
дом 37/4 строение 7

Телефон/факс:
(095) 725 6001

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

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

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



**Александр
АМАНГЕЛЬДЫЕВ**

Издательство
«Курсив»
Генеральный
директор

ГАРТ: Александр, сравнительно недавно (месяц назад), издательство «Курсив» совместно с Ассоциацией флексографской печати начало проводить семинары и конференции для специалистов полиграфической и упаковочной отраслей. Как прошли первые мероприятия?

А. А.: Надо сказать, что вполне успешно.

Еще на момент проектирования нового офиса издательства, в который мы переехали около года назад, мы предусмотрели небольшой конференц-зал примерно на 30–40 мест.

Тогда еще до конца не было понятно, какие мероприятия в нем будут проводиться. Да и ввести его в строй мы смогли только недавно, хотя весь остальной офис был готов еще в прошлом году. Причина проста: на реконструкцию здания и приобретение необходимого для проведения конференций оборудования требуются средства, которых не всегда хватает.

Но, тем не менее, все трудности преодолены, и в настоящее время мы обладаем небольшим, но очень удобным залом, оснащенным самым современным аудиовизуальным оборудованием. Он позволяет нам организовывать мероприятия самых разных форматов: научные и практические конференции, круглые сто-

лы, демонстрации, work-shops и т. д.

ГАРТ: Почему Вы решили заняться этим видом деятельности? Ведь на рынке сейчас есть масса компаний, на этом специализирующихся, и недостатка в семинарах и конференциях нет.

А. А.: Ответ на этот вопрос дать, с одной стороны, очень просто, а с другой — достаточно сложно.

Если рассуждать просто, то все очевидно. У нас есть некоторый опыт и знания в области полиграфии и упаковки. Кроме того, и нам, и нашим партнерам действительно есть что рассказать специалистам. Но на самом деле ответ гораздо глубже. Мы к этому виду деятельности готовились много лет.

Возможно, кто-то помнит семинары «Курсив», которые мы организовывали еще в 90-х годах. Тогда эти мероприятия собирали до полутора сотен слушателей. Однако семинары эти были в первую очередь рекламно-маркетинговыми как для организаторов, так и для докладчиков. Поэтому уровень и нацеленность докладов на них был соответствующий. В итоге интерес к ним постепенно угасал, а после кризиса всем вообще стало не до семинаров и конференций. И достаточно долгое время целевой программой по организации конференций и круглых столов мы вообще не занимались. Хотя регулярно проводили конференции на различных других маркетинговых мероприятиях — в первую очередь выставках. Но организовывать мероприятия на чужой территории либо дорого — если это престижный бизнес-центр, либо рискованно — если конференция проходит в рамках тематической выставки.

ГАРТ: В чем же риск?

А. А.: В том, что организаторам выставки, как правило, за небольшим исключением, существенно важнее провести свои мероприятия,

чем привлеченные, поэтому и отношение к «чужим» соответствующее. Могут без предупреждения перенести его в другой зал или на другой день, ссылаясь на «производственную необходимость». Может не оказаться необходимого оборудования или оно появляется непосредственно перед началом и его не успевают нормально отстроить и т. д. На наш взгляд, за мероприятие необходимо целиком нести ответственность самостоя-

Мне кажется, что настал момент, когда назрела необходимость не маркетинговых, а практических и технологических конференций

тельно. Это что касается организационных вопросов.

Есть свои аргументы в пользу проведения конференций и с научно-практической точки зрения. Нам кажется, что издательство «Курсив» в настоящее время обладает уникальным багажом знаний и опыта и в технических, и в технологических, и в маркетинговых вопросах. Кроме того, мы всегда можем привлечь к сотрудничеству ведущих специалистов отрасли. И мы думаем, что этот багаж необходимо использовать на благо ее развития. Ведь для нас прямая выгода в том, чтобы отрасль развивалась. Вот поэтому мы и пришли к тому, что конференции, причем достаточно серьезного уровня, необходимы, и проводить их нужно своими силами.

ГАРТ: А как насчет финансовой стороны дела?

А. А.: Естественно, мы рассматриваем эту деятельность не только как благотворительную. Расчеты показывают, что она может приносить некоторую прибыль. В сочетании с хорошим маркетинговым эффектом это становится для нас вполне успешным занятием.

Есть и еще одна причина, почему издательство «Курсив» ввязывается в проведение конференций и круглых столов, хотя этим занимается немало других специализированных организаций. У нас очень мощные информационные возможности. Достаточно сказать, что суммарный тираж всех наших изданий приближается к 30 тыс. экз. И эти издания распространяются в подавляющем большинстве среди специалистов отрасли. А если учесть, что мы периодически получаем различные отзывы от наших читателей о том, кому что интересно в нашей индустрии, то тематика мероприятий может быть самая разнообразная.

По всей видимости, будет у нас и еще одна форма бизнеса. Мы будем сдавать наши возможности «в прокат». Имеется ввиду не столько предоставление в аренду зала для проведения семинаров и конференций всем желающим, сколько реальная помощь в подготовке и проведении подобных мероприятий, информировании о его прохождении, в том числе и в наших средствах массовой информации, и участие в его проведении на самом разном уровне. Пока такого рода услуги мы еще не оказывали, но готовимся, поскольку для этого требуются специальные ресурсы, в частности людские.

ГАРТ: Кто этим будет заниматься?

А. А.: По-видимому, одна из наших дочерних компаний — «Экскурс-Сервис». Она была создана нами еще



Russian FTA
KURSIV Publishing House
37/4, building 7
Elektrozavodskaya street
Moscow, Russia, 107076
Telephone/fax
+7 095 725 6001
e-mail: asso-flex@kursiv.ru
www.flexoplus.ru

107076, Москва
Электrozаводская, 37/4
строение 7
**Ассоциация
флексографской
печати**
тел/факс: (095) 725 6001
e-mail: asso-flex@kursiv.ru

Russian FTA

Non-commercial
organization promoting flexo in Russia

Ассоциация флексографской печати —

российская некоммерческая организация,
объединяющая всех, кто заинтересован
в развитии флексографии в России

Main goals

of Russian FTA

- the promotion of flexography;
- increasing competitiveness of Russian packaging;
- development of Russian package printing market.

The activities

of Russian FTA

- technical conferences and practical seminars on flexo technology;
- consulting on flexography;
- technical information on new developments in flexography;
- organization of training courses on flexo techniques and technology in Russia and abroad;
- establishing and development of cooperation with FTA, EFTA, DFTA and other national and international associations;
- publishing of special literature and reference books on flexography;
- establishing of training center in Russia.

Цели и задачи

Ассоциации флексографской печати

- содействие расширению использования флексографской печати в производстве высококачественной продукции;
- повышение конкурентоспособности российских предприятий флексографской печати;
- содействие развитию российского упаковочного рынка;
- организация семинаров, конференций, учебных курсов.

Александр АМАНГЕЛЬДЫЕВ
(Продолжение. Начало на с. 28)

в 1999 г. как раз для подобных мероприятий и ранее принимала участие в организации российской экспозиции выставки «Упаковка» в 1999, 2000 и 2002 гг. и ряда тематических конференций.

ГАРТ: Вернемся к началу наших рассуждений. Почему именно сейчас?

А. А.: Мне кажется, что настал момент, когда назрела необходимость не маркетинговых, а практических и технологических конференций.

Дело в том, что в 90-х годах шло насыщение нашей страны оборудованием. И если тогда семинар на тему «Какой тип экспонирующей системы фотонаборного автомата наиболее приспособлен для получения высококачественных оттисков» еще мог собрать слушателей, то сейчас вопрос выбора оборудования стоит намного менее остро. Вернее, он стоит остро, но с другой точки зрения; оцениваются другие критерии, в основном финансовые, поскольку у большинства ведущих производителей полиграфического оборудования характеристики во многом идентичны.

Сейчас уже интересуют другие аспекты: как от той техники, которая имеется, получить то, что хочется или даже больше. Причем если с традиционной офсетной печатью все более или менее понятно, то в нишевых областях еще очень много технологических трудностей. Вот об этом мы и планируем говорить.

ЧТО ЕЩЕ НУЖНО ДЛЯ СЕМИНАРА?



ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ПОЕЗДКА

В начале сентября «Гейдельберг СНГ» организовал для своих клиентов из Москвы и Петербурга посещение Китая и Монголии. Во время VIP-тура представители полиграфических предприятий смогли познакомиться с ведущими типографиями двух стран, узнать об особенностях китайского полиграфического рынка, обменяться опытом с иностранными коллегами.

Во время посещения Пекина и Улан-Батора российские полиграфисты познакомились с работой представительства Heidelberg в Китае и Регионального центра «Гейдельберг СНГ» в Монголии, получили обширную общую информацию о полиграфии этих стран, посетили несколько типографий, где работает техника Heidelberg.

НОВЫЙ ФИЛИАЛ «ЯМ ИНТЕРНЕШНЛ»

В городе Алматы (Казахстан) открылся филиал компании «ЯМ Интернешнл (СНГ)» — YAM International Asia. Решение об открытии представительства принято руководством компании с целью освоения перспективного рынка сбыта на территории Казахстана.

Филиал предлагает казахстанским полиграфистам современные технические и технологические решения на выгодных условиях и всестороннюю сервисную поддержку.

Следуя принципу компании — быть ближе к своему клиенту, YAM International Asia будет осуществлять поставки расходных материалов со своего склада в Алматы.

Адрес филиала: YAM International Asia
Казахстан, г. Алматы, ул. Абылай Хана,
д. 145/91
тел.: (3272) 673203,
факс: (3272) 673204
email: asia@yam.ru

СЕМИНАРЫ В МОСКОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ПЕЧАТИ

Центр дополнительного образования МГУП проводит серию семинаров с участием ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области полиграфических технологий и охране труда:

1. «Предпечатная подготовка векторной графики в Adobe Illustrator 10». Руководитель — один из ведущих специалистов-практиков к.т.н. В. Д. Кацман. 16–17 ноября с. г.

2. «Определение печатных свойств материалов при помощи пробопечатных устройств IGT Testing Systems». 18 ноября с. г.

3. «Современные переплетные материалы из Европы и Америки: технические характеристики и рекомендации по их применению». Руководитель — П. В. Шершуков (ген. директор компании «Бумага-Импекс»). 19 ноября с. г.

4. Серия семинаров фирмы BASF на тему: «Будущее и тенденции развития флексографии в мире печати». 2004–2005 гг.

5. «Химические растворы и их применение для офсетной печати. Экологическая безопасность». Руководитель Фридрих Брайш (директор Day International). Ноябрь с. г.

6. «Совершенствование налогообложения хозяйствующих субъектов». 7 ноября с. г.

7. Межрегиональный трехдневный семинар по обучению руководителей и специалистов полиграфических организаций независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности с последующей их аттестацией по охране труда. Ежемесячно.

Заявки на участие в семинарах и на дополнительные образовательные услуги просим направлять по тел/факс: 976-33-76, 977-80-70 или e-mail: cdo@mgup.ru.

НОВЫЕ ТЕЛЕФОНЫ

Компания «ОктоПринт Сервис» информирует об изменении номеров телефонов. Многоканальным номером на оба офиса компании «Север» и «Юг» становится (095) 785-84-58. Номер телефона офиса «Север» — (095) 510-18-58, факс: 510-18-68.

для перехода
к цифровой печати

**НЕОБХОДИМО
И ДОСТАТОЧНО**

(ацп)

ассоциация цифровой печати

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



Printmaster PM 74 – печатная машина, гарантирующая успех

Отличная производительность, надежность и гарантия качества, широкие возможности и высокая эффективность – все это обеспечивает типографии печатная машина Printmaster 74.

Решение, созданное для коммерческой печати во втором формате. Машина, заслужившая признание тех, кто сделал выбор в ее пользу.

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

HEIDELBERG