ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ НОМЕР 11 (65) ■ НОЯБРЬ 2005

**выставка** IPEX 2006

c. 14



В НОМЕРЕ:	
СТУДЕНТАМ НАДО ПОМОГАТЬ	3
КОМПАНИЯ «ДОМИНО»	7
ПРИНТ МЕДИА АКАДЕМИЯ	9
IPEX INTERNATIONAL PRESS INWARD MISSION	14
НЬЮ MONTE-CARLO	22
ПОБЕДИЛА ДРУЖБА	22

Даже хорошим студентам надо помогать — только тогда из них получатся нормальные специалисты

А. Романов (с. 3)

Второе образование дало мне очень много. Как и любое другое образование. Кроме того, я взяла на работу двоих своих сокурсников

О. Драгачева (с. 7)

Здесь нет нужды менять команду, необходимо было точечно взять нескольких людей и все

М. Переверзева (с. 13)



Марина ПЕРЕВЕРЗЕВА Группа «ПромСвязьКапитал» Вице-президент

ГАРТ: Марина, Вы снова в полиграфии? М. П.: Я не в полиграфии. Я менеджер, занимаюсь управлением активами, и не только полиграфическими. Если говорить о медиа-активах, то у «ПромСвязь-Капитал» в управлении находятся издательства «Аргументы и факты», «Газета Труд» и типография «Медиа-пресса». Моя работа — маркетинг и разработка стратегии, организация бизнес-проектов, внедрение западных стандартов управления предприятиями.

**ГАРТ:** «ПромСвязьКапитал» стал активно скупать акции миноритарных акционеров медийных активов для того, чтобы увеличить свою долю до подавляющей. С чем это связано?

**М. П.:** Раньше «ПромСвязьБанк», будучи старшим акционером, не участвовал в непосредственном управлении предприятиями.

(Продолжение на с. 10)



ТАРУБАРОВ
«Московский
полиграфический
союз» (МПС)
Вице-президент

Сергей

**ГАРТ:** Сергей, этот номер посвящен кадрам в полиграфии. Как Вы считаете, эту проблему можно решить в разумные сроки или потребуется минимум лет 20?

С. Т.: Я думаю, что можно решить быстрее. Но необходимо реальное финансирование. Альтруистические проекты, конечно, могут просуществовать некоторое время, но надо смотреть правде в глаза. Финансирование необходимо.

В рамках МПС ведутся работы, руководит этим направлением Андрей Зарецкий. Из того, что мы уже успели реализовать — разработка методик тестирования специалистов типографий. Это действительно необходимо любому руководителю — иметь возможность узнать, а чего, собственно, стоит тот или другой его сотрудник.

(Продолжение на с. 4)



То, что может оказаться скучным и невдохновляющим на одной бумаге, может выглядеть неотразимо свежо и аппетитно на другой.

Попробуйте UPM Finesse - высококлассную бумагу с неизменно идеальной поверхностью, дающую изумительно натуральные и реалистичные результаты печати. Проще говоря, результаты печати, отражающие правду жизни!





#### ГАРТ

Новости. Регулярно и компетентно. Ежемесячная газета для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России

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

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.gart.ru

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей POMAHOB

andrei@romanov.ru

Адрес редакции:

Москва, ул. Электрозаводская, 37/4, стр. 7 Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив» Телефон/факс: (095) 725 6001 Подписано в печать: 08.12.2005

**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости», Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46 Телефон: (095) 265 6108, 265 5553 Заказ № 3536 Печать офсетная. Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2005
Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства
За содержание рекламы редакция ответственности не несет

## ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

**ДЕКАБРЬ 2005:** БУМАГА

**ЯНВАРЬ 2006:** ЗАКАЗЧИКИ

**ФЕВРАЛЬ 2006:** ТЕХНОЛОГИИ СТР

**MAPT 2006: ЭТИКЕТКА** 



#### СТУДЕНТАМ НАДО ПОМОГАТЬ...

Кадры, кадры... Кто сейчас отказался бы от нормальных специалистов с разумными запросами. Все достаточно нелестно отзываются о МГУПе, говорят, что там готовят теоретиков, учат полиграфии 80-х гг. прошлого века. Но хоть учат. Кстати, некоторые студенты и выпускники МГУП, с которыми я общался, имели очень неплохую подготовку.

Я не полиграфист, и не берусь судить о том, чему и как должны учить студентов МГУП. Вот столкнулся с проблемой из другой области. «Сдал» в этом году младшего ребенка учиться прикладной математике в свой любимый МАИ, который сам заканчивал больше 20 лет назад. Сдал, правда, на другой факультет. И когда стала приближаться первая сессия, решил проверить, чему его научили. Меня поразил тот факт, что в рамках курса программирования его учат только теоретическим вещам, а все задания для лабораторных работ начинаются со слов «Напишите программу на языке Pascal...» Самому этому языку программирования их не учат.

Оказалось, что первокурсники предположительно изучали его в школе. Мой — не изучал... Пришлось неделю вечерами рассказывать ему, что это за язык такой и что такое программирование. Сделали все лабораторные, хотя и в несколько итераций. Я понимаю, что подготовить лабораторную работу с индивидуальным вариантами для каждого из 20 студентов непросто, но откровенные ошибки, которые не позволяют решить определенный вариант, просто удивляют. Правда, преподаватель, когда ребенок объясняет ему, что этот вариант решить нельзя, дает другой вариант, который уже решается...

А литература? Все полки книжных магазинов вроде бы забиты самыми разными книгами, но они именно для «чайников», «идиотов» и еще кого-то там. Наши «мастера письма» гонят ты-

сячи знаков, совершенно не задумываясь о правильном изложении материала и читателе. А потом бедные менеджеры и бухгалтеры пытаются постичь по этой «литературе» основы компьютерной грамоты. Мне их искренне жаль. Я заехал в пару крупных книжных магазинов и не обнаружил нормальных переводов классиков программирования. Пришлось ехать на дачу, искать в архиве книги, по которым сам изучал все это 25 лет назад.

Мы ставим знак равенства между качеством обучения и квалификацией выпускника. Но тем самым пытаемся дистанцироваться от процесса. Вот там есть институт или, тем более, академия — пусть они нам кадры подготовят, а мы их на работу возьмем, если они будут хорошо подготовлены. Да не получится так! Вуз дает лишь базовое образование, где-то с углублением в полиграфию, где-то в программирование. Хорошее или плохое — зависит от конкретного института.

Мне кажется, что пока мы сами не станем участвовать в процессе, ничего не получится. Даже хорошим студентам надо помогать — только тогда из них получатся нормальные специалисты. Как может помочь студенту конкретная типография или издательство? Взять его на практику, платить небольшие деньги, но самое главное — дать ему руководителя, который не просто будет «руководить», но еще и объяснять «почему», то есть тоже учить. Иначе мы еще лет 20 будем решать проблему кадров.

Андрей Романов, главный редактор



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



Бумага мелованная матовая UPM Finesse silk плотностью 130 г/м² предоставлена фирмой «Комус»

#### Сергей ТАРУБАРОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

**ГАРТ:** Но для такого проекта большого финансирования не нужно.

С. Т.: Да, не нужно. Еще один проект, в котором МПС принимает активное участие, реализуется совместно с Московским Правительством и типографией «Московские учебники и картолитография». Это курсы по переподготовке офицеров, уволенных из Вооруженных Сил. Под него как раз выделяется финансирование. Самое главное, что этот проект поддержали также производители печатного и послепечатного оборудования — обучение будет вестись не только здесь, но и в учебных центрах за рубежом. И я считаю, что перспективы у него очень хорошие.

ГАРТ: То есть это некоторый альтернативный источник кадров для нашей отрасли? С. Т.: Да. Причем, целевая аудитория очень специфическая и интересная. У бывших офицеров обычно хорошее инженерное образование и большой опыт. Это люди, которые привыкли работать и очень хорошо знают, что такое дисциплина. Я надеюсь, что в 2006 г. этот проект вступит в заключительную стадию.

ГАРТ: Какие специальности будут получать выпускники? С. Т.: Пока по плану — оператор автоматического пресса для высечки, оператор ВШРА и КБС, помощник печатника листовой офсетной печатной машины.

**ГАРТ:** Но это как-то не очень соответствует статусу отставного офицера...

С. Т.: Надо быть реалистами. Можно заявить, что будем готовить печатников. Конечно, бывшие офицеры имеют навыки руководства людьми, но мы пока не планируем выпускать, например, первых печатников. Все-таки за год с нуля реально их подготовить нельзя. По крайней мере, мне это представляется невозможным. А квалифицированного помощника, который по набору навыков и умений стоит на одной ступени с иными печатниками — можно. Это реальная и решаемая задача.

Вообще, мы, к сожалению, занимаемся сейчас тем, что пытаемся заменить имеющиеся специальные учебные заведения. Это бред, но так получается. Но мы готовы сегодня вести конструктивный диалог со всеми организациями, кто занимается подготовкой кадров для российской полиграфии. Даже если они делают это не совсем так или совсем не так, как члены МПС считают нужным делать. Надо решать проблему, и здесь все средства хороши.

В начале декабря мы встречаемся с руководством МГУП, заведующими выпускающих кафедр, деканами факультетов, чтобы понять, как мы можем сотрудничать с университетом, как наша отрасль может реально помочь университету, чтобы его выпускники были практиками, а не теоретиками. Это сегодня главная задача.

К сожалению, большинство выпускников оторваны от реальной жизни, настоящего производства. Понятно, что многие студенты подрабатывают во время обучения, но системы получения ими практических навыков в университете нет.

Вот мы взяли в свою типографию в прошлом году шесть выпускников МГУП. Не первых попавшихся, выбирали. И что получилось? Из шести сегодня остался один.

**ГАРТ:** А на какие должности вы их брали?

**С. Т.:** Они работали сменными мастерами.

**ГАРТ:** Может, хотели больше получать?

С. Т.: Мне кажется, они зарабатывали достаточно для

бирается и складывается годами. У нас большинство — не полиграфисты. Но я не могу утверждать, что надо брать именно не полиграфистов. Надо искать, в первую очередь, нормальных легко обучаемых людей. Потому что учить их все равно придется.

**ГАРТ:** Учить не полиграфистов — полиграфии, а выпускников МГУП — реальному производству?

С. Т.: Получается так.

**ГАРТ:** Менеджеров по продажам тоже надо долго учить полиграфии?

С. Т.: Уровень знаний полиграфических технологий у наших менеджеров очень высок. Это очень важно. Продавец должен наработать свою собственную базу

Мы, к сожалению, занимаемся сейчас тем, что пытаемся заменить имеющиеся специальные учебные заведения. Это бред, но так получается. Но мы готовы вести конструктивный диалог со всеми организациями, кто занимается подготовкой кадров для российской полиграфии. Даже если они делают это не совсем так, как члены МПС считают нужным делать

вчерашнего студента, и у них были все возможности для роста.

ГАРТ: Интересно, а сколько, по Вашему мнению, бывший студент МГУП должен «расти» до должности, например, главного технолога в средней типографии?

**С. Т.:** Если это одаренный человек, то ему придется поработать не менее пяти лет.

**ГАРТ:** А в POL.S.TAR много сотрудников с полиграфическим образованием?

**С. Т.:** В любой нормальной типографии коллектив под-

заказчиков, которые будут рекомендовать его своим знакомым.

Нормальный клиент, как только почувствует, что менеджер не знает технологии, скорее всего, заказ размещать не будет. Если менеджер спокойно оперирует понятиями и может подсказать клиенту, как сделать определенный заказ лучше с технологической точки зрения, то у него намного больше шансов стать успешным. Высокое качество продаж — главная цель хорошего менеджера.





## OBAHME

## для профессиональной

Профессиональное оборудование для производства книжной, журнальной, упаковочной, этикеточной и других видов полиграфической продукции. Технологии допечатной подготовки, печати, послепечатной обработки



acolonia

Консультации, экспертиза, установка, сервис

#### **NISSA** I CENTRE

«НИССА Центрум» www.nissa.ru Москва (095) 956-7719 Санкт-Петербург (812) 320-1420/22 Екатеринбург (3432) 166-906 Новосибирск (3832) 163-026 Ростов-на-Дону (863) 255-1248 На самом деле, курсы повышения квалификации для продавцов полиграфических услуг — тоже интересная тема.

**ГАРТ:** Как можно помочь МГУП?

С. Т.: Например, как идея я готов освободить на один день в месяц своего высококвалифицированного специалиста, который умеет обучать, чтобы он на производственной базе университета проводил занятия со студентами. Я думаю, что другие члены МПС тоже смогут это сделать. Главное, чтобы у руководства университета была в этом заинтересованность и желание что-то изменить. Этого сейчас нет, машины стоят как музейные экспонаты.

**ГАРТ:** Это и есть альтруизм? **С. Т.:** Ну почему же? Я как руководитель типографии хочу получить в будущем хороших специалистов.

**ГАРТ:** Со студентами МГУП есть еще одна проблема. Их

после выпуска сразу забирают в армию, причем совсем не в «полиграфическую»...

С. Т.: Насколько я знаю, далеко не всех забирают. А вот почему их забирают в «неполиграфическую» армию вопрос, который такая общественная организация, как МПС, может решать. Мы можем обратиться в Министерство обороны с предложением, чтобы они служили по специальности. Что, мало военных издательств и типографий? Но таким образом «отмазывать» нужно не всех, а только тех, кто действительно этого заслуживает.

**ГАРТ:** Мы каждый год делаем номер про кадры. Становится понятно, что ситуация на рынке год от года меняется. Кого сегодня больше всего не хватает?

С. Т.: Прежде всего специалистов среднего управленческого звена. Не хватает высококвалифицированных операторов как печатного, так и послепечатного обо-

рудования. Цена на них год от года растет. Интернет, газеты бесплатных объявлений

Информация очень быстро распространяется, и в какой-то день к тебе приходит хороший специалист и говорит: не хочу уходить, но вот там платят больше... Это понятно — новая типография пытается сманивать людей на большие деньги, и мы вынуждены увеличивать зарплаты.

ГАРТ: Все-таки отрасль у нас «перегретая» по зарплатам? С. Т.: Да, но такая ситуация — просто следствие дефицита нормальных кадров. ГАРТ: Вернемся к МПС. Сколько типографий заплатило членские взносы?

С. Т.: Больше 60. Все, как и ожидалось. На учредительном собрании присутствовали представители 96 полиграфических предприятий. Заявки мы получили от 140 типографий. Половина из них вступила. Я считаю, что это нормально.

**ГАРТ:** Может быть, надо было сразу создавать всероссийскую организацию?

С. Т.: И кто бы ею занимался? В сутках пока еще не 64 часа. Я считаю, что все нужно делать поэтапно. Сначала московский союз должен приобрести определенный вес. За первые шесть месяцев работы он его приобрести просто не мог. Мы постепенно налаживаем контакты с ассоциациями полиграфических предприятий из других стран.

Недавно участвовали в конференции Европейской ассоциации глубокой печати (ERA), которая прошла в Киеве, где я читал доклад «Рынок глубокой печати в России». Познакомились с руководством ERA, они готовы сотрудничать с МПС. А сегодня, например, приезжали представители французской ассоциации. У нас получился очень интересный диалог.

**ГАРТ:** Но их цель, насколько нам известно — проведение семинаров с участием фран-

цузских производителей оборудования.

С. Т.: Да, ну и что. Ведь семинар семинару рознь. Я считаю, что МПС должен организовывать ежемесячные семинары. Но только на таком семинаре надо давать десять минут поставщику оборудования, а потом должны выступать представители европейских типографий, которые используют конкретное оборудование или технологию. А потом вопросы и ответы. Вот тогда это будет полезный семинар для типографий.

Под это нужно место, необходимо составить хорошую программу, которая включала бы актуальные на сегодня темы, обзвонить зачитересованные типографии и т. д.

**ГАРТ:** Вы считаете, что зарубежный опыт актуален для наших типографий?

С. Т.: Да, конечно. Можно сказать, что печатать четырехкрасочную листовую продукцию многие российские типографии научились неплохо. Но вот все, что больше четырех красок: послепечатные процессы, экономика производства и многие другие вопросы для наших типографий пока еще весьма актуальны, и зарубежный опыт, которым поделятся коллеги, очень нужен. У них есть культура производства, которой у нас нет. Я, например, недавно был на экскурсии в большой европейской типографии одного из крупнейших производителей упаковки. Обычно на свое производство они никого не пускают. Казалось бы, POL.S.TAR достаточно давно занимается производством упаковки, но я увидел там столько нового для себя, что можно часа два рассказывать. Правда. Очень серьезный подход к производству упаковки как к бизнесу.





Ольга **ДРАГАЧЕВА** Компания «Домино» Генеральный директор

ГАРТ: Ольга, надо напомнить нашим читателям, что еще не так давно Ваша фамилия была Сагитова.

О. Д.: Да, я просто провела своеобразный брендинг».

ГАРТ: Этот номер посвящен кадрам. Вы ведь входите в правление Московского полиграфического союза (МПС) и занимаетесь там этими вопросами?

О. Д.: В МПС комитет, который занимается подготовкой кадров, возглавляет Андрей Зарецкий. Я возглавляю комитет по экономике и управлению полиграфическими предприятиями, но участвую еще и в решении проблем подготовки кадров. Начать о кадрах надо, наверное, со встречи представителей МПС и МГУПа. Приятно, что такое серьезное учебное заведение обратилось за советом к нашей пока еще молодой общественной организации. Но говорит это только о том, что с подготовкой полиграфических кадров в Университете печати все по-прежнему плохо. К сожалению.

ГАРТ: Вы, кажется, получали во МГУПе второе образо-

О. Д.: Да, получала. И честно ответила на вопрос: «Почему вы не присылаете к нам своих специалистов для получения второго образования?» Именно потому, что я сама здесь училась и знаю все изнутри. В тот момент я начала заниматься вопросами развития собственной

типографии. Появилась возможность использовать лизинговые схемы, и я хотела сделать исследование по этой тематике, но мне сказали, что тема диплома должна быть посвящена книжному производству на основе «рыбинских» машин, которые уже ушли в историю, их больше не делают... У меня нет личной обиды, но так нельзя работать.

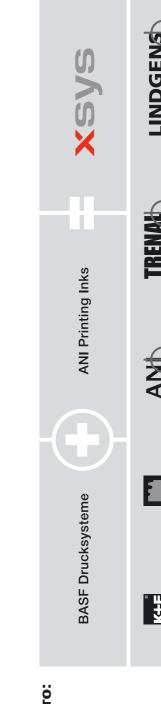
Впрочем, второе образование дало мне очень много. Как и любое другое образование. Кроме того, я взяла на работу двоих своих сокурсников. Когда поступала, думала, что ничего не смыслю в полиграфических технологиях. Закончила поняла, что что-то знала, причем знала неплохо. Но теперь я могу разговаривать на одном языке с полиграфистами старой закалки. Если это дает какие-то преимущества. Для этого, конечно, совершенно необязательно два года провести в институте. А я еще старалась посещать все занятия.

Честно сказала ректору, что пока не буду рекомендовать полиграфическим предприятиям присылать своих сотрудников для получения второго образования, да еще и платить за это деньги. Какой типографии это нужно? Сначала вам читают лекции, а потом «проводят мимо оборудования» для ознакомления и заставляют изучать программные продукты, которые уже давно никто не использует... На материаловедении до сих пор изучают только четыре вида бумаг. Студентам преподают три разных курса химии, но затем рассказывают всего про один вид краски.

ГАРТ: То есть все совсем безнадежно?

О. Д.: Сейчас, видимо, исправить что-то очень сложно. Стандарты и учебные планы не менялись много лет, а полиграфические технологии ушли далеко впеМосковское представительство

<u>ග</u> ш. 16, стр. **XSYS Print Solutions** Ленинградское 095) 775 1760



Компания XSYS Print Solutions – это: Краски для флексо и глубокой печати Краски для узкорулонных машин Краски для рулонного офсета Краски для листового офсета Фотополимерные пластины Тигменты и Смолы ред и развиваются очень высокими темпами. МПС и МГУП нашли общие точки соприкосновения: обсудили тематику научных работ, которые будут вестись в университете, пришли к тому, что необходима стажировка преподавателей университета на полиграфических предприятиях. Договорились, что в будущем году будем встречаться ежеквартально. Есть задачи, которые можно решать совместно. Нам обещали представить методические планы по подготовке специалистов. Посмотрим.

Правление МПС долго обсуждало проблему кадров в полиграфии, рассматривали самые разные решения вплоть до создания нового вуза, но ни МПС, ни, видимо, никто другой новый МГУП создать не смогут. Можно до бесконечности обсуждать глобальные варианты и цели, но необходимо начинать с реальных шагов.

ГАРТ: И что сегодня реально?

О. Д.: В рамках МПС ведутся работы в двух направлениях: по обучению будущих специалистов и повышению квалификации нынешних. Я эти вопросы курирую. Мы сотрудничаем с Институтом бизнеса и права (Москва), там теперь готовят менеджеров для полиграфии. Есть специальный поток на факультете рекламы, с углубленным изучением полиграфических технологий. Там открыта специальная кафедра.

ГАРТ: А кто будет обучать студентов? О. Д.: Оказалось, что в полиграфии есть достаточно много людей с педагогическим образованием, которые теперь стали отличными практиками в полиграфии. Они и стали преподавателями кафедры. Там не будут преподавать сотрудники МГУПа. Не потому, что мы имеем какие-то принципиальные проблемы. Хочется просто, чтобы студенты получали знания, соответствующие современному уровню развития полиграфической отрасли, техники и технологий.

**ГАРТ:** Кто будет платить заработную плату преподавателям?

О. Д.: Институт бизнеса и права. И инициатива шла от него. Выпускаться

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

НА «БУМАЖНЫЕ»

ГАРТ И

ГАРТ digital

WWW.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

каждый год будет два десятка специалистов, но это только начало.

Кроме того, на базе этого же высшего учебного заведения будут созданы курсы, похожие на известный всем МВА. Топ-менеджеры типографий смогут получить на них второе высшее образование в сфере экономики и управления предприятием. Эти курсы к

Я не уверена, что многие вузы смогут организовать обучение такого уровня. Мы учли многие тонкости, ведь учиться будут руководители и владельцы типографий — взрослые люди, и им не нужен монолог лектора. У них есть свое понимание того, как нужно вести бизнес с точки зрения экономики

полиграфии практически никакого отношения иметь не будут. Но наши коллеги из правления МПС высказали мнение, что такие курсы необходимы, некоторые из них даже собираются их закончить.

В Институте бизнеса и права есть преподаватели по всем дисциплинам, проводится аттестация, поддерживаются все государственные стандарты. Обучение, естественно, платное, как и практически все наше российское образование. Для удобства занятия будут проходить по субботам.

**ГАРТ:** Но такие услуги по обучению предлагают, видимо, многие московские вузы. В чем полиграфическая направленность этого обучения?

О. Д.: Я не уверена, что многие вузы смогут организовать обучение такого уровня. Мы учли многие тонкости, ведь учиться будут руководители и владельцы типографий — взрослые люди, и им не нужен монолог лектора. У них есть свое понимание того, как нужно вести бизнес с точки зрения эко-

номики. Именно поэтому обучение будет проходить в форме лекционно-семинарских занятий. Каждый обучаемый сможет рассказать о своем понимании экономики полиграфического производства и получить квалифицированную консультацию.

ГАРТ: Какие дисциплины в плане?

О. Д.: Обычные для экономических специальностей: макро- и микроэкономика, управление предприятием, финансовый анализ и планирование и пр. Будет краткий курс бухгалтерского учета.

**ГАРТ:** Интересно, бухгалтерия наша или американская?

О. Д.: Американская, но адаптированная к нашей российской ситуации. Не стоит нагружать владельца бизнеса двумя «системами». По себе знаю, что в процессе развития компании (а в полиграфии я уже 15 лет), когда мы столкнулись с необходимостью покупать оборудование в лизинг, у нас возникла проблема. Заниматься детальным составлением бизнес-планов, что требует определенных знаний, мне было совсем не интересно. Пришлось нанимать штатного финансового директора. И, как я знаю из опыта общения с другими типографиями, многие шли таким путем. Но финансы — не полиграфические технологии. Область, которую с коллегами, даже очень дружественными, не очень-то обсудишь. Это некоторая закрытая тема.

На первый взгляд, квалифицированный финансовый директор может оказаться серьезной обузой для малой или средней типографии — все-таки зарплата очень высокая, а участие его необходимо только на определенных этапах развития. Но у нас все сложилось удачно. Я в результате продолжительного общения с ним почерпнула для себя очень многое. Обучение, о котором шла речь выше, как раз и предназначено для людей, которые занимаются финансами, но соответствующего образования не имеют.

**ГАРТ:** Ольга, а как дела в Вашей типографии?

О. Д.: Если коротко, то все нормально. Сегодня в «Домино» обычный сезонный бум. Когда становится понятно, что ты уже чего-то достиг, а двигаться дальше в этом направлении скучно — нормальный человек начинает придумывать себе что-то новое. У меня есть несколько других проектов. Не всегда связанных с полиграфией. Например, написала и напечатала книгу, это хроника жизни женщины в полиграфическом бизнесе. Защитила кандидатскую

диссертацию в Дипломатической академии МИД России...

**ГАРТ:** То есть типографию развивать не планируете?

О. Д.: Не хочу! Может быть, в будущем году куплю систему СТР. Но нет смысла развивать производство при условии того, что в нашей стране на этом наживаются, в первую очередь, кредитные организации. Когда ставки по кредитам станут разумными, тогда и будет иметь смысл развитие. А пока, приобретая оборудование, мы работаем не на себя, а на «дядю». Зачем этим заниматься? Известно, что миллионов в полиграфии не заработаешь, три машины у тебя или пять — на заработок владельца типографии это существенного влияния не оказывает. А становиться монстром я не хочу, лучше спать спокойно. Меня сейчас больше интересуют творческие веши.

**ГАРТ:** Кстати, книга весьма откровенная. Не в смысле эротики, а в смысле рассказа об изнанке полиграфического и рекламного бизнеса. Пережитых за 15 лет событий хватило бы на целую жизнь здорового и стрессоустойчивого мужчины.

**О. Д.:** Возможно, Вы правы, но прожила эти 15 лет я.



Екатерина МИКУШИНА «Гейдельберг СНГ» Центр развития Менеджер по обучению

**ГАРТ:** Екатерина, мы год назад разговаривали с Вами в номере, посвященном кадрам. Расскажите, что изменилось с тех пор?

Е. М.: Просто, как пример, тогда проект «Аттестация печатников» был именно проектом, а сегодня это востребованная типографиями услуга. «Принт Медиа Академия Гейдельберг» (ПМА) проводит независимую оценку квалификации печатников. Руководители типографий имеют возможность получить вполне объективные данные о своих сотрудниках. Причем, мы оцениваем квалификацию печатника не только с помощью компьютерной программы, предлагаем ему выполнить практическое задание с использованием контрольно-измерительных устройств, проверяя практические навыки в условиях реального тиража. Оценивается ведение документации, состояние рабочего места, соблюдение техники безопасности, участники теста интервьюируются, оценивается мотивация и перспективы роста. Руководству типографии предоставляются соответствующие отчеты.

В ноябре с. г. «Принт Медиа Академия Гейдельберг» провела в Риге выездной семинар на тему «Контроль качества печатной продукции» по приглашению представительства «Гейдельберг Балтикум». Данный семинар был разработан в московской «Принт Медиа Академии» и вот уже полгода является наиболее востребованным в портфолио учебных программ ПМА. В учебной сессии приняли участие клиенты различных типографий Латвии и Литвы. Тема контроля качества печатной продукции оказалась одной из наиболее актуальных и для прибалтийских полиграфистов, что подтвердил большой интерес участников семинара

С крупнейшей типографией Латвии «Пресес Намс» была достигнута договоренность о проведении аттестации печатников предприятия. В 2005 г. пройдут учебные сессии ПМА в Эстонии и Литве.



(Продолжение. Начало на с. 1)

В некоторых случаях возникал конфликт между инвесторами и менеджментом компаний. А среди менеджмента СМИ вообще распространено мнение, что инвестор просто должен давать деньги, а все остальные вопросы будут решаться без его участия. Возникали проблемы эффективности управления, для их решения и была создана управляющая компания — «ПромСвязьКапитал». Теперь все будет иначе.

Приобретение пакетов акций миноритарных акционеров — обычное финансово-административное решение. Необходимо повысить эффективность управления и обеспечить координацию деятельности, сделать все активы финансово прозрачными.

ГАРТ: Ходят слухи, что «ПромСвязьКапитал» предполагает продать свою долю в «АиФ». Накануне выборов это, видимо, некоторый стратегический ресурс, который должен быть под полным контролем государства?

М. П.: «АиФ» — очень хороший актив, и мы его продавать не собираемся. Так что слухи не соответствуют действительности. Что касается политики, то для нас попытки в нее «играть» — существенный риск вместо получения гарантированной прибыли.

**ГАРТ:** То есть создается новый медиахолдинг?

М. П.: Я бы не называла наши медиаактивы медиа-холдингом, потому что физического объединения компаний не будет. Пока принято решение о выделении подразделений по дистрибуции прессы «АиФ» и «Труд» и объединении их в отдельную структуру. Предусмотрены инвестиции на развитие этого направления. Мы хотим увеличивать свое присутствие на издательском рынке, правда, пока конкретные решения еще не приняты.

Что касается полиграфии, то потенциал крупнейшей российской типографии «Медиа-пресса» очень велик. И есть конкретные планы по развитию предприятия.

**ГАРТ:** Инвестиции продолжатся?

**М. П.:** Да, но первоочередная управленческая задача — разделить газетное и журнальное производства. Они разные по идеологии, используют разное оборудование, разное управление и контроль бизнес-процессов.

До конца года в газетное производство будут инвестированы запланированные еще предыдущим руководст-

вом средства. Будет демонтирована рулонная газетная машина Colorman и установлен третий Uniset. На Colorman мы, кстати, ищем покупателя — нормальная машина, жалко сдавать ее в металлолом. Готовы рассмотреть варианты участия в бизнесе региональной газетной типографии.

Инвестиции в Uniset естественные и продуманные. Они необходимы, у нас на 30% возрастет производительность, что необходимо и для ежедневных, и для еженедельных газет. В прайм-тайм мы сможем одновременно печатать

Первоочередная управленческая задача — разделить газетное и журнальное производства. Они разные по идеологии, используют разное оборудование, разное управление и контроль бизнес-процессов. До конца года в газетное производство будут инвестированы запланированные еще предыдущим руководством средства

пять газет в цвете. Надеюсь, что к концу второго квартала 2006 г. новый Uniset будет установлен. Конкретная дата зависит от поставщиков оборудования, но к началу подписной кампании на 2007 г. машина будет работать. ГАРТ: Объем печати цветных ежедневных газет растет?

М. П.: Растет, это цепная реакция. Но увеличение мощностей связано с потребностями не только ежедневных, но и еженедельных газет. Если для ежедневной прессы прайм-тайм — с 23:00 до 03:00, то для еженедельной — вторник. Все хотят выйти первыми с телевизионной программой. Как их развести и как продавать остальное время?

**ГАРТ:** Видимо, простой придется оплачивать тем, кто печатается в праймтайм?

М. П.: Нет, они его оплатить не смогут, нужно искать другие заказы. Это возможно, но непросто. Кстати, «Медиапресса» сегодня не может печатать весь тираж «АиФ», хотя, казалось бы, это было логично. Нет возможности, не ущемляя интересы существующих заказчиков, вставить его в план. И если «АиФ» перейдет на четырехкрасочную печать (а экономическая основа для этого решения сейчас просчитывается), придется договариваться с другими газетными типографиями.

Вообще, есть еще одна проблема, решение для которой надо искать децентрализованная печать. Издателям было бы намного удобнее работать с типографией «Медиа-пресса», если бы она обеспечивала производство не только на своей базе, но имела бы еще и связи с региональными газетными типографиями. Мы прилагаем усилия для решения этой проблемы. В советские времена она не стояла, но теперь, когда издателям нужны полноцветные газеты, а в региональных типографиях устанавливаются машины самого разного формата и длины рубки, решить ее непросто.

Но и для «Труда», и для «АиФ» децентрализованная печать необходима. ГАРТ: Тогда надо создавать еще одну сеть газетных типографий по всей России...

**М. П.:** Это все-таки крайняя мера, но такое решение не исключается.

**ГАРТ:** Какие еще изменения произойдут в газетном производстве?

М. П.: «Медиа-пресса» должна стать клиенто-ориентированной компанией. В этом году была установлена система управления производством Diso. Ee возможности использовались только в ограниченном объеме, теперь мы планируем дать возможность иметь к ней доступ не только нашим менеджерам, но и заказчикам. Газетное производство существенно отличается от всех других. Здесь главное — оперативность, и клиенту очень важно знать, на каком этапе производства находится его заказ. Устанавливаем еще одну систему СТР, полностью заменяем компьютеры. Хотим изменить систему принятия заказов. Назначить персональных менеджеров для каждого клиента. Открытость, гибкая ценовая политика и скорость реагирования! А возможность удаленного доступа к нашей системе управления для контроля заказчиком прохождения заказа станет еще одним плюсом.

**ГАРТ:** А что с журнальным производством?

М. П.: В журнальном производстве у нас три рулонные 16-страничные машины с газовыми сушками. Плюс цех листовой печати, где работают четыре машины, среди которых десятикрасочный Roland 710 и шестикрасочный Roland 706 с секцией УФ-лакирования. ГАРТ: Мощности для листовой печати явно превышают потребности трех рулонных машин. Может быть, расчет был на печать малотиражных журналов листовым офсетом?

М. П.: Вы не знаете самого главного. Это доставшееся нам в наследство оборудование еще и не очень хочет работать. Десятикрасочная машина не может работать с мелованной бумагой, а шестикрасочная не может лакировать в линию. И на той, и на другой приходится печатать продукцию в два прогона, хотя она должна печататься в один. ГАРТ: Но это, видимо, проблемы конкретных машин. Таких конфигураций по всему миру установлено достаточно много. И они работают.

**М. П.**: В том-то и дело, что те работают, а эти — нет. Я давно уже хотела предложить нашему полиграфическому сообществу обсудить тему ошибок, допущенных производителями оборудования. Нормальный производитель

автомобилей, например, если что-то «напортачил» отзывает партию, и клиенты получают взамен новые машины. Вот бы так было в полиграфии. Мы ждем экспертов MAN Roland, которые дадут свое заключение.

Но мощности в любом случае избыточные. Можно, конечно, организовать производство высококачественных книг, но для этого необходимо еще и послепечатное оборудование, в которое придется инвестировать существенные средства. Да и потребности в таких книгах сегодня не так велики, чтобы загрузить это производство.

Надеюсь, что специалисты MAN Roland предложат решения проблем. Как один из вариантов — шестикрасочную машину можно полностью переоборудовать под печать УФ-красками. С запуском нашего производства глубокой печати эта машина окажется востребованной для печати обложек.

**ГАРТ:** Проект глубокой печати, видимо, основной потенциал «Медиа-прессы». Но ходят самые разные слухи, что «это все» не будет работать, есть большие проблемы...

**М. П.:** Да, слухов много, но никаких «больших» проблем нет. Задержка ввода в эксплуатацию производства —

серьезная проблема для основного акционера предприятия. Это просто замороженные на полтора года деньги. Получилось так потому, что сначала приобрели оборудование, привезли его в Москву и только после этого начали готовить инфраструктуру разрешения и согласования. А их требуется очень много. Монтаж уже выполнен, практически все инженерные коммуникации есть. Возникла проблема с газом. Он здесь был, но потребовалось по каким-то причинам (видимо, из-за ошибок в первоначальных расчетах) перенести газораспределительную станцию. Но в январе газ уже будет.

Проблемы ввода в строй типографии глубокой печати и стали главной причиной принятия решения о смене руководства предприятия. Сегодня план работ по запуску производства глубокой печати расписан буквально по дням, и он ежедневно контролируется. Подрядчики, которые занимаются установкой оборудования, обещают запустить его в марте. Я полагаю, что коммерческие тиражи мы начнем печатать не позже августа.

**ГАРТ:** Как Вы считаете, нужно было «Медиа-прессе» приобретать неновое оборудование для глубокой печати?

## **ИСТОРИЯ ПИСЬМа:** от камня до бумаги









Компания «Александр Браун» поздравляет всех своих партнеров с наступающим Новым Годом!

105264 Москва, 9-я Парковая ул., д. 37

Тел.: (095) 737-6969, 234-0304, Факс: : (095) 965-7393

www.abraun.ru E-mail: post@abraun.ru



сделайте ваши отношения с клиентами и партнерами

## ТЕПЛЕЕ





**СУВЕНИРЫ**лля

ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

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

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

#### ЛЮБЫЕ ВИДЫ БРЕНДИРОВАНИЯ:

трафарет, тампон, деколь, термодеколь, доуминг, вышивка, гравировка

450-5001



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

М. П.: Сейчас уже поздно обсуждать это решение. Хотя, может быть, два года назад надо было решиться на приобретение нового оборудования и размещение его на другой территории. Но факт, что оно уже здесь и проведен очень большой объем работ по подготовке помещений и монтажу. Сегодня нет технических проблем для запуска машин. Мы уверены, что они будут введены в эксплуатацию и обеспечат качество глубокой печати, соответствующее европейскому.

**ГАРТ:** Марина, а будут ли востребованы в России услуги глубокой печати? Ведь журналов, которые печатаются сейчас за границей способом глубокой печати, не так много. А есть еще и проблема длины рубки, что ограничивает число потенциальных клиентов.

**М. П.:** Заказчики, конечно, есть. И основным потенциальным для типографии глубокой печати является издательский дом «Бурда».

ГАРТ: Есть еще ИД «Семь дней»...

М. П.: Это один из самых интересных для нас потенциальных заказчиков, если «Газпром-медиа» не будет создавать собственную типографию в России. Мы предполагаем расширение нашего журнального производства. Но выбор конкретных машин и форматов очень сильно зависит от того, купит «Семь дней» себе типографию или нет. По моей информации, скорее всего, купит. Тогда само издание станет печататься офсетом, а не глубокой печатью, как это делается сейчас.

**ГАРТ:** Но все издательства, и крупные, и не очень, захотят получить хорошие цены на глубокую печать. А цена очень сильно зависит от стоимости бумаги.

М. П.: Да, стоимость легкомелованной бумаги — проблема из-за таможенных пошлин. Но если говорить о газетном производстве, то проблема уже не в цене бумаги, а в ее наличии. Сейчас, например, нормальной газетной бумаги для печати полноцветной продукции в России просто нет. Установлено много новых газетных машин, а на них можно печатать фактически только на бумаге одного российского ЦБК, да и то — только с двух его бумагоделательных машин. Сейчас бумаги нет, на будущий год ЦБК уменьшает нам квоты по отгрузке бумаги и поднимает цену. Вот так.

ГАРТ: Вся бумага уходит на экспорт? М. П.: Да. Растет ее потребление в Европе. Там немного выше цена, поэтому наши ЦБК стараются продать все, что можно, за границу. На российский рынок поступает не более 30% от общего

производства нормальной газетной бумаги. Мы уже встречались с конкурентами, обсуждали вопросы закупки этой бумаги за рубежом. Но здесь возникает проблема с таможенными пошлинами, которые уже давно надо отменить.

**ГАРТ:** Разговоры об отмене пошлин идут уже минимум лет пять. Не будут они их отменять.

**М. П.:** Когда-то это должно же случиться. Почему не сейчас? Все, мы уже «приехали». Раньше, когда шел разговор только о мелованной бумаге для

Стоимость легкомелованной бумаги проблема из-за таможенных пошлин. Но если говорить о газетном производстве, то проблема уже не в цене бумаги, а в ее наличии. Сейчас, например, нормальной газетной бумаги для печати полноцветной продукции в России просто нет. Установлено много новых газетных машин, а на них можно печатать фактически только на бумаге одного российского ЦБК, да и то — только с двух его бумагоделательных машин. Сейчас бумаги нет, на будущий год ЦБК уменьшает нам квоты по отгрузке бумаги и поднимает цену

печати глянцевых журналов, это было одно. Теперь разговор идет о газетах. Они не могут развиваться, увеличивать объемы и тиражи, потому что мы не можем гарантировать им производство. Пора бы уже Министерству культу-

ры заняться этим вопросом и обеспечить отмену пошлин. А то может получиться так, что мы будем покупать за границей бумагу отечественного производства и еще платить таможенную пошлину при импорте.

ГАРТ: Все-таки есть ощущение, что пошлины не отменят. Есть таможня, планы по собираемости денег в бюджет...
М. П.: По крайней мере, глупо собирать пошлины и не давать развиваться внутреннему производству. Нормальная работающая типография платит в бюджет существенно больше налогов, чем сумма таможенных платежей за

Может быть, это тянется так долго потому, что кто-то лоббировал введение таможенной пошлины на готовую печатную продукцию, пытаясь тем самым облегчить жизнь локальным производителям. Но это не выход. Нет смысла добиваться цели путем установки заградительных барьеров.

импортируемую ею бумагу.

Еще одной причиной того, что пошлины на бумагу до сих пор не отменены, могло стать то, что шла плановая компания по доведению до банкротства государственных типографий накануне их приватизации. Теперь все уже практически закончилось, и противни-

фок (095) 737 6270

(baxc: (095) 125 2240

Тепефок (812) 328 0248

Ten./maxi: (812) 323 2528

ки отмены пошлин станут сторонниками. Я думаю, к середине 2006 г. что-то изменится

**ГАРТ:** Марина, а у «Медиа-прессы» большой оборот?

**М. П.:** Среднегодовой составляет около 60 млн долл. Это рентабельное и стабильное предприятие.

**ГАРТ:** Но оборот меньше, чем у «Алмаз-Пресс»?

**М. П.:** На первый взгляд, меньше. Но здесь используется много давальческой бумаги, поэтому прямое сравнение не совсем корректно. Кроме того, ввод в строй глубокой печати должен дать очень существенное увеличение оборота.

**ГАРТ:** А прибыльность газетной печати сегодня выше или ниже, чем в журнальной?

М. П.: Приблизительно одинаковая. Операционная рентабельность составляет 14–17%. Она сравнима со стоимостью кредитов. И меня удивляют планы по созданию с нуля новых газетных или журнальных типографий. Из каких средств они будут расплачиваться за оборудование?

**ГАРТ:** Марина, этот номер посвящен кадрам. Какая ситуация в «Медиапрессе»?

М. П.: Я была приятно удивлена очень высокой квалификацией персонала. Школа есть школа. Людей сохранили, они работают здесь многие годы. А газетное производство предъявляет более жесткие требования к людям, главная задача — сделать все вовремя. Я предполагаю лишь «немного добавить культуры» в работе с заказчиками. Здесь нет нужды менять команду, необходимо было точечно взять нескольких людей и все.

ГАРТ: Людей уже всех набрали?

**М. П.:** Из серьезных осталась одна вакансия — коммерческий директор. Это человек, который и будет заниматься организацией системы продаж и работы с клиентами.

**ГАРТ:** Вы сами попали в полиграфию из рекламного бизнеса?

**М. П.:** Да, я работала копирайтером, потом коммерческим директором коммерсантовского дизайн-бюро «Китарт», потом — полиграфия...

**ГАРТ:** Где-то по дороге Вы, видимо, получили МВА?

**М. П.:** Нет, но теперь собираюсь. Сумбур вместо музыки бывает даже талантливым, но лишь некоторое время. Необходимо структурировать свои сегодняшние знания и опыт.

TITZEZ MOONA.

1980/A Const. Telephypr.

9- Norm. Bandandord G-H. A. 12

11 Martin L. A. 5

11 Martin L. A. 5

12 Martin L. A. 5

12 Martin L. A. 5

13 Martin L. A. 5

14 Martin L. A. 5

15 Martin L. A. 5

17 Martin L. A. 5

18 Martin L. 6

18 Martin L. A. 5

18 Martin L. 6

18 Martin L. A. 5

18 Martin L. A. 5

18 Martin L. A. 5

18

Tenepox: (375172) 36 4912 Ten./dox:: (375172) 17 0054



#### Ipex International Press Inward Mission 2006

В середине ноября, за пять месяцев до открытия, в Бирмингеме прошла презентация выставки Ірех 2006 для международных журналистов. В числе приглашенных был и представитель издательства «Курсив». В рамках этого мероприятия прошло большое количество презентаций разных полиграфических компаний.

Любопытно, что в последнее время много внимания уделяется не столько развитию техники и технологий, как это было раньше, сколько развитию самой отрасли. Больше разговоров не о технических характеристиках оборудования, а о маркетинге, развитии рынка, новых методах ведения бизнеса и государственной поддержке. Это говорит о том, что вряд ли в ближайшее время стоит ожидать большого количества технических инноваций, зато много внимания будет уделено решениям по развитию бизнеса. Ведь сегодня типографиям интересно узнать о новых возможных направлениях бизнеса, например, как изготавливать печатную продукцию с добавленной стоимостью (value added products). Но обо всем по порядку.

#### **IPEX**

Ірех — самая первая в мире полиграфическая выставка, которая берет свое начало с 1850 г. Теперь она уже стала английской традицией, насчитывающей полтора столетия. Интересна организация выставки. Ею занимается не специализирующаяся на выставочной деятельности фирма (как принято в России), а своего рода коммерческая ассоциация Picon, главная задача которой — развитие бизнеса своих членов, в данном случае полиграфических компаний. Соответственно, и подход к выставке иной. Для Picon важно, чтобы мероприятие принесло максимальную эффективность участникам. Руководит Ірех специальный наблюдательный совет, в который входят представители трех разных групп отрасли: ведущих производителей полиграфического оборудования, серьезных типографий и отраслевой прессы (более 20 человек). Собственно сам организатор выставки — Picon — имеет в совете всего два голоса. Каждый раз президент выставки специально выбирается из представителей ведущих производителей полиграфического оборудования, на этот раз им стал представитель компа-

На первой презентации один из руководителей выставки честно признался в ошибках, допущенных в

прежние годы (кстати, мы как постоянные посетители этой выставки их не замечали) и рассказал, какая ведется работа по их устранению, а также во что было инвестировано 18 млн английских фунтов. В частности, эти средства потрачены на то, чтобы обеспечить возможность монтировать тяжелое и сложное оборудование так, как того хочет экспонент, а не как позволяет конструкция павильонов. Еще около 2,5 млн вложено в маркетинг выставки по всему миру.

С учетом пожеланий экспонентов было принято решение перепланировать выставку, например, объединить разделы «Коммерческая печать» и «Печать



упаковки» — на прошлой выставке конвертинг был вынесен в отдельный павильон, и некоторым компаниям приходилось покупать два стенда.

Любопытный факт — в прошлые годы организаторы все время слышали жалобы участников выставки о том, что Бирмингем — город слишком индустриальный, даже отдохнуть вечером негде. Эта информация была донесена до местных властей, и те постарались изменить ситуацию. На эти цели за последние несколько лет в город и окрестности инвестировано более 9 млрд фунтов!

Попытались организаторы решить и вопрос с транспортом. Плата за проезд в Англии очень высока, а жить в окрестностях выставочного комплекса смогут далеко не все. К сожалению, добиться бесплатного проезда на время выставки, как это сделало руководство drupa в Германии, не удалось. Железнодорожный транспорт в Англии частный, а не государственный. Хотя, видимо, будут введены специальные дешевые проездные абонементы для посетителей выставки, в том числе тех, кто едет из Лондона.

Что касается собственно экспозиции, то организаторы очень гордятся тем, что она будет по размерам такой же, как в 2002 г. Это большая победа, если принять во внимание тенденцию к глобализации и постоянное слияние компаний. Сегодня, например, вместо двух больших участников Creo и Kodak только один — Kodak. Естественно, он не купит в два раза больше площади. То же и с PrintCity. Если принять во внимание определенный провал выставки в Чикаго, то успех будущего Ірех можно спрогнозировать.

#### ПЕРВЫЕ ЛИЦА

Перед журналистами выступил и председатель комис-

ПРЕЗИДЕНТ ІРЕХ 2006



сии по технологическому развитию правительства Великобритании. Доклад мало относился к полиграфии, но суть его была в том, что технологии спасут индустрию. Чем дальше, тем больше средств будет вкладываться не столько в производство, сколько в разработку чего-либо. А после этого должно начаться массовое производство разработанного, при этом сам продукт должен быть дешевым и доступным. Примеров масса: компьютеры, которые 30 лет назад стоили, как автомобиль или даже самолет, сейчас может купить практически каждый, а ведь современный компьютер не идет ни в какое сравнение с тем, что было тогда. То же с мобильными телефонами и интернетом. В общем, главный смысл выступления представителя власти в том, что нужно больше разрабатывать, и государство готово всех в этом поддерживать.

#### **PRINTCITY**

Объединение ряда полиграфических компаний под этим названием уже хорошо известно. А начиналось все с временного альянса для участия в выставках — «вместе мы можем показать себя с лучшей стороны». Теперь же PrintCity крупная некоммерческая организация, занимающаяся развитием и совершенствованием полиграфического рынка. На пресс-конференции, организованной PrintCity, присутствовали представители MAN Roland. Sun Chemical, UPM, недавно присоединившаяся к ним



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Text: (812) 449-2141

Тил.: (8432) 92-3714 СИБИРЬ

Ten.: (383) 212-0124, 212-0125

КАЗАНЬ

Ten.: (8632) 52-6704, 58-9778

Ten.; (3272) 98-0154, 66-3725

KASAXCTAH

Bobst Group и др. Всего в PrintCity насчитывается более 40 членов.

Сейчас на рынке ситуация такова, что типографии уже не хотят просто покупать оборудование и материалы, им нужно предлагать решения работающего бизнеса. И это задача производителей. В этом направлении в PrintCity ведутся различные разработки. Так, недавно было предложено увеличить размеры рулонов бумаги. Это выгодно всем: производителям бумаги и печатных машин, печатникам (им реже придется менять рулоны, а значит, будет быстрее печать и меньше отходов). Однако это вызывает немало трудностей: от необходимости переделывать машины до изменения способов транспортировки и складирования бумаги. Решить эти задачи можно только в рамках партнерства многих компаний. Ведутся совместные разработки в PrintCity и в области упаковки, защищенной от фальсификации, и в области УФ-печати.

Кстати, все участники объединения говорят о том, что, хотя партнерство исключительно некоммерческое, каждый получает от членства в PrintCity реальную экономическую выгоду. Правда, тогда не понятно, почему один из основных учредителей этого объединения, компания Agfa, недавно его покинула (также как MBO и Mueller Martini). Хотя взамен ушедших приходят другие крупные компании, в частности Bobst Group.

#### КОНКУРС ВРІГ

Ассоциация BPIF (British Printing Industry Federation) провела презентацию, посвященную своему конкурсу. BPIF была создана для «повышения прибыльности и конкурентоспособности своих членов-типографий и всей печатной промышленности Великобритании». В рамках этой презентации было рассказано и о состоянии полиграфической отрасли в Англии. Вот некоторые интересные цифры: в стране с населением около 60 млн человек активно функционирует более 12 тыс. самостоятельных полиграфических предприятий и еще часть находится в структуре других видов бизнеса. В полиграфии работает около 200 тыс. человек. Отсюда видно, что в среднем в каждой компании работает чуть более 20 человек. Получается, что полиграфия в Англии — малый бизнес. Впрочем, производит она продукции на сумму более 15 млрд фунтов, что составляет более 1,2 млн фунтов на каждую фирму!

Несмотря на очевидные успехи, BPIF продолжает стремиться к лучшим по-

казателям, для чего использует разные механизмы. Например, привлечение государственных инвестиций для развития отрасли в отдельных районах Великобритании, а также государственных и частных средств для обучения и повышения квалификации полиграфистов. В нашей стране это пока даже трудно представить.

Другим важным фактором развития полиграфического бизнеса в стране BPIF считает национальный конкурс, подведение итогов которого пройдет

Все участники объединения говорят о том, что, хотя партнерство исключительно некоммерческое, каждый получает от членства в Print-City реальную экономическую выгоду. Правда, тогда не понятно, почему один из основных учредителей этого объединения, компания Agfa, недавно его покинула (также как MBO и Mueller Martiпі). Хотя взамен ушедших приходят другие крупные фирмы, в частности **Bobst Group** 

во время выставки Ірех 2006. Что интересно, награждать будут не тех, кто лучше печатает, а тех, кто отличился в бизнесе. Номинации примерно следующие: «Компания года», «Открытие года», «Лучший рост оборота», «Самый эффективный маркетинг» и т. д.

#### PRINTING.COM

На одной из презентаций было объявлено о запуске программы по продаже франшизы — Printing.com. Причем франшизы необычной: фактически

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ PRINTING.COM



продается методика работы и зарабатывания денег — как все гениальное просто. Разработала ее типичная коммерческая типография, каких много по всему миру. Достаточно иметь однудве печатных машины среднего или большого формата и можно участвовать в этой программе. Идея в следующем: какие самые большие проблемы испытывает средняя коммерческая типография? Недостаток заказчиков и невозможность снижения цены на производимую продукцию. Получается замкнутый круг — для того, чтобы получить много заказчиков, надо снизить цену на продукцию.

Руководство типографии Printing.com проанализировало свои заказы, стандартизировало их и стало предлагать рекламным агентствам, салонам быстрой печати, дизайн-бюро разместить у себя заказы на уникальных условиях: по цене примерно в два раза ниже, чем в среднем по рынку. Выходят в этой типографии из положения так: чтобы иметь возможность радикально снизить цену на продукцию, надо уметь объединять несколько заказов в один.

Например, на одном листе формата 70х100 см может разместиться примерно 15 комплектов вкладышей в упаковку СD. Теперь представим, что напечатать вкладыши тиражом 1 тыс. экз. на рынке стоит 100 фунтов, если делать это традиционным способом. Размещение всех 15 на одном листе и печать тиража в 1 тыс. листов обойдется примерно в 500 фунтов. Таким образом, прибыль огромная — почти 300%. Этот подход позволяет предлагать печать таких заказов, например, по 65 фунтов, что значитель-



но дешевле, чем у других. При этом 20 фунтов остаются у компании, которая приняла заказ. Но и типография заработала на этом 675 фунтов, то есть получила дополнительную прибыль в 35%. Для развитых стран, где 2% дополнительной прибыли считаются большим успехом, цифры неслыханные.

Естественно, у компании дела быстро пошли в гору, правда, не обошлось без сложностей. Возникли две серьезные проблемы: как объединять заказы и как их корректно собирать? Пришлось создавать специальные программные продукты по автоматизации раскладки типовых заказов на листе, а также сбору заказов и открывать учебный центр для подготовки специалистов удаленных офисов, принимающих заказы.

Удаленным офисом может стать любая компания, купившая на это лицензию (франшизу). Но это еще не все. Можно купить лицензию и на то, чтобы стать такой же центральной компанией, выполняющей услуги по печати и имеющей право самой продавать лицензии своим удаленным офисам. А Printing.com — сайт, где и происходит первоначальная работа с клиентом. Именно там заказ предварительно просчитывается, и можно узнать адреса ближайших типографий, где можно просмотреть образцы и разместить заказ. Возможно, впрочем, разместить заказ прямо на сайте, тогда типография заработает еще больше. Но, говорят, люди все же предпочитают обращаться в офисы.

#### **HEWLETT-PACKARD**

Эта компания организовала выездную презентацию на полиграфическом предприятии, занимающемся выпуском рекламной продукции, в первую очередь широкоформатной, и распложенном километрах в десяти от Бирмингема. Там установлено несколько огромных машин трафаретной печати, широкоформатные цифровые машины, режущие плоттеры и др. В шоу-руме выставлены работы-образцы, в основном POS-материалы. Вообще за время поездки в Англию не раз доводилось слышать фразу: «Полиграфию спасут супермаркеты». И нам удалось убедиться в этом. Большое количество печатной продукции изготавливается для оформления мест продаж.

Любопытно, что типография, которую мы посетили, также занимается собственными разработками программных средств, задача которых —

оптимизировать коммуникацию с заказчиками, упростить им процесс сдачи работ в производство, удешевить часть заказов за счет автоматизации некоторых процессов и т. д.

Похоже, типографии в Англии сегодня озабочены снижением цены продукции без ущерба для себя, разработкой и внедрением продукции с дополнительной стоимостью и другими эффективными методами ведения бизнеса. При этом все как один говорят, что существующие серийные средства автоматизации, управления производством, коммуникации с заказчиками для их целей не подходят. Всем приходится разрабатывать собственные.

Компания Hewlett-Packard продемонстрировала на этом предприятии новые печатные машины HP Indigo в различных приложениях: печать автоматически сверстанных буклетов, печать ценников для супермаркетов... Разработанная система автоматически берет информацию из базы данных магазина — той, из которой берут данные кассовые аппараты, сравнивает эту информацию с тем, что было отпечатано ранее, и печатает дополнительный набор чеков за текущий день (или неделю). При желании могут быть автоматически изготовлены типовые плакаты (например, для распродаж) или любые другие виды печатной продукции. Нужно только, чтобы менеджер супермаркета сделал в базе данных соответствующую отметку.

РУКОВОДСТВО КОМПАНИИ GOSS



GOSS INTERNATIONAL: 1+1=3

На Ірех 2006 компания Goss планирует быть одним из самых главных игроков. И, судя по всему, к этому тщательно готовится. Эта выставка для компании будет первой после объединения с отделением рулонных машин Heidelberg. Было сразу же объявлено, что никаких принципиальных новинок оборудования не ожидается, поскольку уже сейчас Goss может предложить своим клиентам в рулонной печати решение лю-

бой задачи. В ее ассортименте существуют простейшие недорогие машины, как для газетной, так и коммерческой (журнальной) печати, при желании возможны комбинации из них. Любопытно, что проблема «больших рулонов»

Похоже, типографии в Англии сегодня озабочены снижением цены продукции без ущерба для себя, разработкой и внедрением продукции с дополнительной стоимостью и другими эффективными методами ведения бизнеса. При этом все как один говорят, что серийные средства автоматизации для их целей не подходят. Всем приходится разрабатывать собственные

компанию тоже волнует, но в отличие от конкурентов, которые разрабатывают концепции, Goss проблему уже решил и осуществил реальные установки, в частности в Америке и Канаде. Более того, сейчас даже доступна программа доработки существующих печатных машин, позволяющая использовать большие рулоны.

Руководство компании считает, что в ближайшее время рулонная печать начнет проникать в те рынки, в которых сейчас используется листовая, глубокая и даже цифровая, что и будет продемонстрировано на Ірех 2006. Все это станет возможным благодаря пяти важным достижениям:

■ Смена одного заказа на другой сейчас может проводиться за 10–15 мин на большой 48–64-страничной машине. Более того, она может проводиться и за долю секунды вообще без остановки машины. Листовая печать на это пока не способна.

- Goss уверяет, что качество печати на рулонных машинах уже сейчас не отличимо от листовых, а благодаря наличию сушки и фальцаппарата рулонная машина позволяет изготавливать продукцию гораздо быстрее и дешевле.
- Благодаря бесшовным офсетным полотнам и доработанной механике офсетные машины будут настолько бережно относиться к бумаге, что можно будет печатать на высоких скоростях на легкомелованных особо тонких бумагах, что пока возможно только на машинах глубокой печати.
- Установка струйных цифровых печатных голов на рулонные машины позволяет печатать персонализированную продукцию или продукцию со сменными блоками (например, с региональной рекламой).
- Благодаря различной автоматике и предварительным настройкам отходы бумаги сведены к минимуму, соизмеримому с листовой печатью.

Как было сказано, объединение с Heidelberg очень положительно сказалось на работе компании. Объем продаж вырос почти на 30% по сравнению с суммарным объемом продаж обеих компаний два года назад. Поистине: 1+1=3!

#### ФОРУМ РАЗРАБОТЧИКОВ И ГЕНЕРАТОРОВ ИДЕЙ

На форуме еще раз стало понятно, что в Великобритании очень ценится умение придумать что-нибудь эдакое, что впоследствии даже превращается в отдельный бизнес, причем зачастую не без помощи государства. Нам были представлены четыре небольших компании из Англии, выросшие из обычных типографий и сервис-бюро.

- Компания Corniche долгое время занималась разработкой дизайна для упаковочной и промышленной печати (обои, мебельная бумага и т. д.) Все, что ею разрабатывалось, печаталось, как правило, на флексографских машинах. И часто результат оказывался не тот, что ожидался. Причина проста: полноценной пробы для флексографии не существует. Имеется в виду проба на реальном материале, с реальных форм, реальными анилоксами и красками. Компания создала машину, на которой такие пробы можно делать, и стала предлагать желающим изготовить у них «настоящие флексографские пробы». Конечно, можно делать их и сразу на печатной машине, но это очень дорого (время большой машины стоит немало) и уходит много материала (а он тоже недешев). В общем, проще смоделировать ситуацию на специальной пробной машине.
- Фирма Saddington & Baynes много лет профессионально занимается ретушью изображений. Она основана в начале 90-х гг., когда услуг по хорошей ретуши фотографий было не так много. Однако через несколько лет многие могли это делать сами (появилась техника и программное обеспечение). Тогда компания придумала новый вид бизнеса и стала совмещать ретушь с высококачественным трехмерным моделированием. Кто-то вспомнит рекламу джипа LandRover, который сфотографирован на вершине холма с видом на гору Килиманджаро и тропическими животными вокруг. Организовать такую съемку «в живую», наверное, можно, но стоить это будет безумных денег, да и носорога трудно заставить позировать. В рекламе используются

- отдельные фотографии пейзажей и животных и специальные трехмерные модели машины. Программы трехмерного моделирования позволяют добиться нужных световых эффектов и отражения головы носорога на поверхности машины. Оказалось, что такой подход может сильно снизить стоимость сложных рекламных съемок, и клиент потянулся...
- Компания Atomic поступила еще проще. Она занимается разработкой разных конструкций, в первую очередь упаковки и для оформления мест продаж. Здесь главное наличие фантазии и хорошей производственной базы. Спрос на оригинальную рекламу в Англии очень высок.
- DSI четвертая компания, принимавшая участие в этом форуме, в России уже немного известна. Это довольно крупная цифровая типография, специализирующаяся на услугах персонализации. Как это принято в Великобритании, компании сначала должна что-то разработать, а потом продать заказчику. Интересных персонализированных разработок у DSI много, о некоторых из них мы даже писали в журнале «Гарт Digital» №04—05 (объединение всех документов на туристическую поездку в одну небольшую книжку).

#### БУДУЩЕЕ ПОЛИГРАФИИ

Доклад на эту тему представила компания Pira International. Она занимается технологическими и маркетинговыми исследованиями в полиграфии и смежных отраслях. Надо сказать, что этот доклад был самым интересным за все три дня «миссии». Пересказать его в репортаже невозможно, поэтому мы, скорее всего, сделаем по нему отдель-

<b>Б</b> Е		1Л/	41	HA	R
П	ЭД	ПИ	CK	A	

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

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:

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ PIRA INTERNATIONAL



ный материал. Суть же доклада была в том, что полиграфия, несмотря на все прогнозы, не умрет, а будет активно развиваться, хотя и претерпит существенные изменения. Некоторые сектора отрасли сократятся или исчезнут, другие будут развиваться, а третьи вообще видоизменятся. Появятся и совсем новые направления в полиграфии. И в итоге многие сложные технологии станут массовыми, распространенными и доступными.

#### **XEROX**

Как это принято у компании Хегох, ее презентация была самой зрелищной, эффектной и впечатляющей. Основная цель устроенного шоу — рассказать о том, что будет представлено на выставке Ірех и почему. У Хегох будет самый большой стенд — «На 8 м² больше, чем у Heidelberg!» Однако серьезных новинок не ожидается. Будет показано много модернизированных и усовершенствованных уже известных продуктов.

На стенде компании в этот раз можно будет увидеть набор разных решений для тех или иных задач: печать деловой документации и различных финансовых отчетов (сложная), печать книг «по требованию» (из цветных и черно-белых полос). В общем, будут продемонстрированы все активные направления современной цифровой печати. Хегох даже обещал показать решение для производства банковских карточек совместно с каким-то крупным игроком на этом рынке.

Но самым главным своим достижением компания считает подписание соглашения с командой Ducatti, одного из лидеров в кольцевых гонках на мотоциклах. Хегох — теперь главный спонсор этой команды. Довольно большая часть презентации была посвящена именно этому событию, что было несколько странно...

#### **QUADTECH**

Еще один пример творчества типографии. QuadTech — созданное еще в

1979 г. исследовательское подразделение одного из крупнейших мировых производителей печатной продукции — американской компании Quad Graphics. Сначала специалисты Quad-Tech занимались разработкой автоматических систем слежения за приводкой, накатом краски и натяжением полотна для своих целей (усовершенствованием собственных машин), но затем такие системы стали продаваться всем желающим. Сейчас Quad-Tech — компания с многомиллионным оборотом. Правда ее продукты не очень востребованы в России. Типографий, которые могут себе это позволить, можно пересчитать по пальцам.

#### **CGS PUBLISHING TECHNOLOGIES**

Эта компания разработала комплект программных средств для работы по интеллектуальному преобразованию изображений из одних цветовых пространств в другие и для изготовления цифровых цветопроб для разных способов печати, включая Ні-Гі и многокрасочную. Перечислить все функции этих программных продуктах довольно трудно, но их уровень можно оценить по следующим примерам: если в изображении есть, предположим, «откровенно черные» элементы сюжета (черно-белый текст), то обычный алгоритм преобразования из RGB в CMYK разложит его на все четыре цвета, а «умный» выделит только на черную краску. Ну и так далее.

Система от компании CGS — один из важных шагов к автоматизации верстки, о чем последнее время довольно много говорят. Интересны также ее наработки по использованию в полиграфии «сложных сюжетов», полученных с простых цифровых камер, мобильных телефонов, интернета и т. д.

#### **POLESTAR SHEFFILD**

Это крупнейшая компания в Великобритании, специализирующаяся на печати журналов. Общий тираж всех ее типографий — более 50 млн экз. толстых цветных журналов в неделю! База печатных машин поражает: 23 офсетных рулонных машины разного размера от компаний Goss и MAN Roland, 16 широкоформатных машин глубокой печати от КБА и Cherutti, естественно, огромное количество машин для отделки, в основном от компании Ferag.

Нам, собственно, рассказывали всего об одной фабрике, построенной год назад для достижения конкретной цели. Оказывается, в Англии в последние годы стало «модно» печатать периоди-

ку за рубежом. Дело в том, что печатать в некоторых других странах Европы экономически более выгодно, хотя бы потому, что стоимость рабочей силы в Англии самая высокая в Европе.

Руководство Polestar поставило задачу решить эту проблему и обеспечить заказчикам необходимый уровень цен, но у себя в стране и не за счет работы в убыток. Расчеты показали, что сделать это можно только создав сверхэффективное производство, не имеющее аналогов в мире. Его пришлось строить с нуля «в чистом поле». Новая фабрика специализируется только на глубокой печати, в ней создан комплекс из четырех машин глубокой печати КБА, а к ним все необходимое: допечатный цех с прямым гравированием цилиндров и участок с послепечатным оборудованием от Ferag. Другие производители послепечатного оборудования отказались участвовать в этом проекте.

Сейчас, спустя год после запуска нового завода, стало понятно, что расчеты были верны. Ряд изданий, печатающихся за границей, удалось «вернуть на родину». По самым скромным подсчетам, в этот проект было инвестировано более 100 млн фунтов. И компания собирается продолжать инвестиции. Ей помогает государство.

#### КОНСОРЦИУМ СІР4

На презентации этой организации присутствовал ее президент Мартин Бейли, который рассказал журналистам о новых разработках в области СІР4, в частности о выходе официальной версии JDF 1.3 и ее особенностях, например, о поддержке автоматической смены форм внутри одного заказа. Такое иногда бывает на рулонных машинах при печати больших тиражей, когда не хватает тиражестойкости одной формы. Также разработана система поддержки сменных полос в одном тираже и многое другое.

Интересны некоторые сделанные прогнозы. В частности, по мнению М. Бейли, к 2010 г. до 80% выпускаемого оборудования будет поддерживать JDF, причем оно не будет существенно дороже, как это кажется сейчас.

На этой оптимистической ноте и закончилось международное мероприятие под названием IPEX International press inward mission 2006. Что ж, будем ждать выставки.

(По материалам журнала «Курсив»)

# самые нефиктивные мероприятия



объединенная рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ **ГАРТ**  **DIRECT PRO** 

\$300\*

ЗА РАССЫЛКУ ОДНОГО ЛИСТА А4\*\* В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует более пяти лет. База данных постоянно обновляется.

### 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



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



Москва, ул Электрозаводская дом 37/4 строение 7

Телефон/факс: (095) 725 6001

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



#### **Ipex 200X:** Нью Monte-Carlo. To be or not to be

Конечно, вопрос «быть или не быть» перед организаторами выставки не стоит. Она, безусловно, состоится. Правда, судя по всему, крупнейшие производители полиграфического оборудования свои площади на этой выставке не увеличивают. Наступил переломный момент, аналогичный ситуации прошлого года на выставке «ПолиграфИнтер».

В связи с этим возникает вопрос: зачем, например, российским полиграфистам летать в Англию, когда Москва и Дюссельдорф намного ближе. В 2006 г., правда, не будет ни выставки drupa, ни «ПолиграфИнтера». Мы уже писали, что придется все-таки, видимо, тащиться в Бирмингем... Или уже поехать главному редактору ГАРТ куданибудь в отпуск впервые за почти шесть лет. Надо хорошенько подумать.

Мы уже не раз рассказывали об уровне сервиса, который оказывают местные английские дедушки, работающие барменами в многочисленных выставочных забегаловках. Так и хочется по завершении рабочего выставочного дня отъехать куда-нибудь оттянуться. Но проблема в том, что в небольшом и очень сером Бирмингеме, напоминающем даже не дальние закоулки Орехово-Борисово, а скорее какой-нибудь областной центр в средней полосе России, заняться вечером совершенно нечем. А уж в окрестных городишках и деревушках, где расположены гостиницы, в которых размещается большинство «обычных» посетителей выставки, все закрывается в 22:00. Понятно, что у «наших» всегда «все с собой есть», но зачем со своим лететь туда? Его и здесь можно спокойно употребить.

Организаторы выставки в этот раз очень старались. На фоне достаточно вялого Print 05 в Чикаго и очень успешной выставки drupa в прошлом году нужно было что-то делать. Они (организаторы) решили «наехать» еще и на городскую администрацию Бирмингема.

И тут возникла гениальная мысль — создать крупнейшее в Англии казино. Маркетинговая идея, достойная отличника МВА. У них же есть списки посетителей выставок, а их в NEC проходит очень много, и статистика по посещению казино в Монте-Карло и Лас-Вегасе. Необходимо было просто совместить списки и понять, что арабские шейхи на выставки типа Ірех не приезжают (ну, может быть, за редким исключением), а вот российские полиграфисты посещают ее в больших количествах

Организаторы старались помочь нашему брату. Старались, но не успели. Решение о строительстве крупнейшего казино принято. Остался небольшой вопрос — где его строить. По этому поводу администрация города и администрация выставочного центра NEC договориться не смогли. Строительство казино теперь отложено до лета. Так долго они будут определяться. Но зато уже на следующей выставке Ірех нас будут ждать в новом казино. Вот развернемся... Кстати, никто не задумывался, почему все нормальные выставки в Москве проходят с большим успехом? Здесь просто крупнейшие казино уже давно построены. И остальная необходимая инфраструктура тоже хорошо развита.



#### ПОБЕДИЛА ДРУЖБА

Компания «Александр Браун» провела первый из серии ежегодных турниров по керлингу среди своих друзей-полиграфистов. Эта «холодная» игра оказалась очень азартной и веселой. Натирание льда перед катящимся камнем специальными щетками и горячий глинтвейн не давали замерзнуть телу и душе. Около игровой площадки гостей развлекали профессиональные артисты. Турнир был посвящен известной бумаге двуслойного двустороннего мелования Snowart (UPM-Kymmene). Бренд был создан совместными с компанией «Александр Браун» усилиями 4 года назад.

Полиграфисты не ударили в грязь лицом! После окончания мероприятия были отмечены наиболее активные игроки: представители компаний «Август Борг», «Новая городская типография», «Асмеп», «Фабрика Печатной рекламы», «Баккара-принт», «Синержи», «ЛБЛ-Полиграфсервис» и др.



## **КУРСИВ**

107140, Москва, а/я «Курсив», Тел.:(095) 725 6001, E-mail: kursiv@kursiv.ru www.kursiv.ru



Журнал о новых полиграфических технологиях



Журнал о флексографии и специальных видах печати



Журнал для тех, кто заказывает или производит упаковку



Журнал о полиграфии. Новости, интервью, обзоры, аналитика



Журнал о цифровых технологиях в полиграфии и издательском деле

#### **DEMAT**

Журнал для заказчиков полиграфической продукции





Журнал «Формат» — новое явление в области полиграфии, не имеющее аналогов среди периодических изданий. Каждый номер журнала — своеобразное практическое пособие для заказчиков печатной продукции. Какую технологию предпочесть? Что необходимо знать, прежде чем разместить заказ на наиболее выгодных условиях? Какие трудности могут возникнуть и как их предотвратить? Журнал дает ответы на эти и многие другие вопросы, демонстрирует удачные решения и оригинальные идеи российских типографий, рекламных агентств и дизайн-студий. «Формат» — источник ценной информации для читателей. Источник клиентов — для типографий и рекламных агентств.



## Speedmaster CD 74 – печатная машина формата 50 x 70, гарантирующая успешное развитие вашей компании

Высокий уровень автоматизации печатной машины Speedmaster CD 74 делает ее универсальной, простой в эксплуатации, а также обеспечивает высокую рентабельность производства. Машина идеально подходит для печати упаковки и этикетки благодаря применению конструктивных инноваций, обеспечивающих использование широкого диапазона запечатываемого материала: новый самонаклад и приемка, система бесконтактной листопроводки Air Transfer, печатные цилиндры двойного диаметра, а также устройство переворота для двухсторонней печати. Одним из популярнейших решений является подготовка печатной машины под печать УФ красками и УФ лакирование. Передовые технологии становятся доступными.

**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

