



ГАРТ® digital

ГАРТ ДИДЖИТАЛ

№ 4 (16) ИЮЛЬ-АВГУСТ 2004

Журнал, посвященный
цифровым технологиям
в полиграфии
и издательском деле



КУЛЬТУРНЫЙ СЛОЙ (АРХЕОЛ.), СЛОЙ ЗЕМЛИ,
СОДЕРЖАЩИЙ ОСТАТКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА
ДРЕВНИЕ СООРУЖЕНИЯ, СТРОИТЕЛИ, ХОЗ. МУСОР
ЗОЛУ И Т.П. МОЩНОСТЬ К. С. ОТ НЕСК. СМ ДО НЕСКОЛ.
ДЕСЯТКОВ М

АРХЕОЛОГИЯ



АРХЕОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА, ПОНЯТИЕ, ОБОЗНАЧАЮЩЕЕ
ОБЩНОСТЬ АРХЕОЛ. ПАМЯТНИКОВ, ОТНОСЯЩИХСЯ К ОДНОМУ
ВРЕМЕНИ И ОТЛИЧАЮЩИХСЯ МЕСТНЫМИ ОСОБЕННОСТЯМИ

Содержание

№ 4(16) ИЮЛЬ-АВГУСТ 2004

НОВОСТИ

4 24 РАЗА ВОКРУГ
ЗЕМЛИ

УСИЛЕНИЕ
ЗАЩИТЫ



6 ОЛИМПИЙСКИЕ
МЕДАЛИ
XEROX

8 CANON
EOS 20D

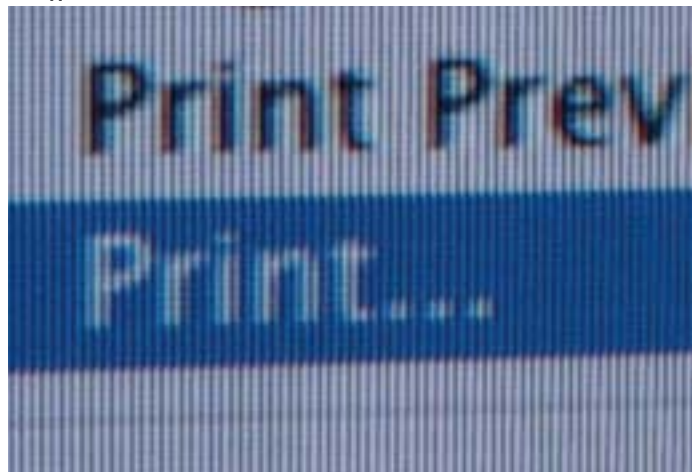


10 ФОТОРЫБАЛКА

18 ТЕПЕРЬ
ТОЛЬКО «ЦИФРА»



ПРЕДСТАВЛЯЕМ ТЕХНОЛОГИЮ



12 МАЛЕНЬКАЯ
ПРОВЕРКА

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ТИПОГРАФИЮ



16 ПОСТРОЕНИЕ
СТРУКТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ

22 УВЕРТЮРА
ДЛЯ ИНТЕРНЕТА
С ОРКЕСТРОМ



Журнал, посвященный цифровым технологиям в полиграфии и издательском деле

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций
Свидетельство о регистрации:
ПИ № 77-12376

Учредитель:
издательство «Курсив»

Главный редактор:
Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Ведущий редактор:
Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:
107076, Москва,
ул. Электrozаводская д. 37/4, стр. 7

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

Телефон/факс: (095) 725 6001

Адрес в Интернет:
www.gart.ru
E-mail: gart@kursiv.ru

Подписано в печать: 30.08.2004

Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»
Москва, ул. Фридриха Энгельса, д. 46
Телефон: (095) 265 6108, 265 5553
Заказ № 2381
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



РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД ТРАНШЕЕЙ

В процессе производства строительных работ недалеко от нашего офиса возникла необходимость вырыть траншею глубиной около двух метров. Копали строители ее вдумчиво, практически с археологической аккуратностью, так что различные попадавшие в процессе раскопок предметы стали достоянием общественности. Правда, ненадолго — после этого они были утеряны, в смысле, исчезли в карманах рабочих. Одной из интересных находок стал попавший на обложку причудливо изогнутый прут, были еще и очень «древние» монеты чеканки 1952 г.

К сожалению, к полиграфии находки никакого отношения не имели. Видимо, исторически Преображенская площадь к полиграфическим районам не относилась. Да и сколько в 50-е годы в Москве было типографий? Кстати, интересный вопрос: плотность типографий по Москве с тех пор увеличилась или уменьшилась? С одной стороны, конечно, увеличилась, с другой, если учесть, что после «революционных» перемен многие сотни ведомственных типографий практически приказали долго жить — непонятно. Если считать цифровые типографии, то плотность полиграфических предприятий, видимо, все-таки выросла.

Вроде бы, прошло-то всего каких-то 50 лет, а представьте, что представляла собой советская полиграфия в те годы! Так что пласты полиграфической истории на самом деле находятся очень неглубоко. Особенно если начать раскопки где-нибудь на территории «Первой образцовой» или «Красного Пролетария». Интересно, когда лет через пятьдесят кто-нибудь начнет копать траншею и случайно наткнется на картридж для печатающего

устройства или отработанный светочувствительный барабан — это будет воспринято точно так же, как находка сегодня причиндалов для письма на глиняных дощечках или вырезания знаков на берестяных грамотах? Ведь технологии печати в наше время развиваются совсем другими темпами даже по сравнению с производством, например, автомобилей или самолетов. Ну, может, только компьютеры их опережают. Да и что такое компьютеры без принтеров? Просто устройства для получения и отображения на экране информации...

Короче, совершенно не разбираясь в археологии предположу, что культурные пласты, которые будут раскапывать археологи будущего, должны стать тоньше. Буквально, 20 см на литеры для высокой

Культурные пласты, которые будут раскапывать археологи будущего, должны стать тоньше.

Буквально, 20 см на литеры для высокой печати, 10 см на остатки фотовыводных устройств, дальше пойдут фрагменты систем СТР

печати, 10 см на остатки фотовыводных устройств, дальше пойдут фрагменты систем СТР и высокоскоростных растровых процессоров. Потом — остатки цифровых печатных машин. Все это будет равномерно перемежаться пластмассовыми элементами небольших офисных лазерных принтеров. Им, кстати, мы посвятили в этом номере очень много внимания. Просто в расчете на то, что будущие поколения оценят наше стремление рассказывать о перспективах «цифровой тусовки», которая очень скоро станет вполне тривиальной, а затем и глубоко археологической. И еще один вопрос напоследок:

какова максимальная скорость технического прогресса и что будет, когда полиграфия ее достигнет? Надо срочно найти на него ответ.

**Андрей Романов,
главный редактор**

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

**Бумага мелованная матовая
Galerie One Silk
плотностью 100 г/м²
предоставлена
фирмой Mar Paper**



ДЛЯ СЪЕМКИ И ПЕЧАТИ

Компания Hewlett-Packard объявила о выпуске четырех новых продуктов для фотолюбителей — цифровой фотокамеры HP Photosmart M407, фотопринтера HP Photosmart 7450, а также двух домашних фотолабораторий — HP Photosmart 8153 и МФУ HP PSC 2353.

Цифровая фотокамера HP Photosmart M407 обладает разрешением 4,1 мегапиксела и имеет цветной ЖК-дисплей с диагональю 4,6 см. Камера обеспечивает 3х оптическое и 6х цифровое увеличение и подходит для съемки в движении, для чего предусмотрен режим быстрого снимка с минимальной выдержкой.

Фотопринтер HP Photosmart 7450 представляет собой компактное решение для печати в домашних условиях и является на сегодняшний день наиболее экономичным из всех фотопринтеров HP. Он подойдет даже людям, еще не знакомым с

цифровой фотографией: получить быстрый доступ к основным функциям печати можно нажатием всего одной кнопки на передней панели. Максимальный формат печати — A4, скорость — до 12 страниц в минуту. Несмотря на то, что при разработке устройства одним из основных требований являлась простота эксплуатации, он обладает набором функций обычного принтера, от встроенного ЖК-дисплея до слотов для всех основных карт памяти.

Богатый набор функций и удобное управление позволяют назвать фотопринтер HP Photosmart 8153 домашней фотолабораторией. Принтер оснащен цветным дисплеем размером 6,4 см и слотами для всех наиболее распространенных видов карт памяти. Среди функций редактирования фотографий стоит отметить возможность устранения эффекта красных глаз, коррекции освещенности, изменения масштаба, поворота и обрезки изображения. Формат печати — до A4. Специальный режим позволяет печатать на бумаге панорамного формата (10х30 см). Принтер имеет широкий набор функций и средства обработки, ретуширования и рассылки фотографий.

Модель HP PSC 2353 представляет собой многофункцио-

нальное устройство, выполняющее функции принтера, сканера и копира и отличается широкими возможностями по обработке фотографий. Пользователи МФУ HP PSC 2353 могут просматривать, редактировать и печатать фотографии без компьютера, пользуясь цветным дисплеем размером 4,5 см или контрольным листом HP для проверки и печати фотографий. Поддерживается печать без полей на бумаге форматов 10х15 и 13х18 см, панорамной бумаге 10х30 см, а также на бумаге формата A4 и 2хA4 (215х610 мм).

Принтер HP PSC 2353 оснащен слотами для карт памяти и поддерживает интерфейс PictBridge. Скорость печати и копирования документов — до 23 стр./мин в черно-белом режиме и до 18 стр./мин в цвете. Оптическое разрешение сканера — 1200х4800 dpi.

Все модели печатающих устройств оснащены программным обеспечением HP Image Zone, которое позволяет добавлять специальные фотоэффекты, например, «размытость» или текстурные рисунки, а также предоставляет ряд инструментов для оптимизации, восстановления, обработки, упорядочивания и обмена фотографиями.

УСИЛЕНИЕ ЗАЩИТЫ

Компания Epson объявила о том, что со второго квартала 2004 г. чернильные картриджи для струйных принтеров ее производства будут снабжены цветоизменяющейся эмблемой второго поколения (Color Shifting Label Type 2).

А. Свитайло, менеджер по расходным материалам московского представительства Epson Europe B.V., отметил: «Наличие на рынке контрафактных картриджей является предметом обеспокоенности всех производителей печатающих устройств. Принтеры Epson обеспечивают отличное качество отпечатков и их высокую устойчивость к выцветанию и влаге, но заявленные производителем параметры гарантируются только при использовании оригинальных чернил. Использование поддельных картриджей приводит к резкому снижению качества печати и даже поломке аппаратуры, а иногда к ее полному выходу из строя».

Как и раньше, цвет изображения на эмблеме картриджа нового поколения меняется с бронзового на зеленый при изменении угла наклона. Кроме того, для усиления защиты используются металлические вкрапления.

НОВЫЙ RIP ДЛЯ CLC 3200

В США объявлено о выпуске нового растрового процессора ColorPASS-Z3000 для Canon CLC 3200. RIP основан на архитектуре сервера цветной печати EFI Fiery S350, что гарантирует высокую производительность обработки сложных заданий на печать. Процессор будет поддерживать и новую модель Canon CLC 3220, использующую технологию MEAP от Canon. Кроме того, он, как и используемый ныне с Canon CLC 3200 RIP ColorPASS-C1, поддерживает систему профессионального управления цветом отрисовки с помощью программы ColorWise, использование оригинального Adobe PostScript L3, возможности удаленного управления устройством с помощью утилит Fiery Web Tools, а также функцию точной настройки

воспроизведения смесевых цветов (например, Pantone), называемую Spot-On. Среди новых возможностей следует отметить использование «горячих папок» и поддержку стандарта печати переменных данных PPML.

Для расширения возможностей системы цветной печати на основе Canon CLC 3200 и ColorPASS-Z3000 предлагаются: программа спуска полос DocBuilder Pro, набор Graphic Arts Package, включающий средства для точной подстройки цвета отрисовки, а также EFI Color Profiler, необходимый для создания цветовых профилей устройств.

В России новый RIP появится осенью с. г. Главный бизнес-партнер Canon по системам оперативной печати Canon CLC 3200 на территории России — группа «Нисса».

24 РАЗА ВОКРУГ ЗЕМЛИ

Компания Canon представила персональный фотопринтер PIXMA iP5000, который демонстрирует сразу два технических рекорда: объем капели 1 пиколитр и разрешение 9600х2400 dpi. Скорость печати модели составляет 25 стр./мин в монохромном режиме и 17 в цветном. Принтер можно подключать к большинству цифровых фото- и видеокамер через порт PictBridge для прямой фотопечати. Пятицветная система печати ContrastPLUS позволяет получать высококонтрастные глянцевые фотографии, не уступающие по качеству созданным в фотолаборатории. А фотография формата 4х6 дюймов без полей печатается всего за 36 секунд. Микросопла в печатающей головке принтера iP5000, выполненной по технологии FINE на полупроводниковых элементах, могут с высокой точностью выбрасывать 27 млн капель в секунду.

Чтобы лучше понять, что такое 1 пиколитр, представьте, что наносите капли такого объема в одну линию через каждый миллиметр. Одного литра чернил при этом будет достаточно, чтобы 24 раза обогнуть земной шар.



ПЛОДЫ ПАРТНЕРСТВА

Херох и EFI намерены сотрудничать в разработке решений по автоматизации документооборота. Компании будут создавать интегрированные решения на основе стандарта JDF, сочетающие программное обеспечение Xerox Freeflow и ПО EFI MIS. Работая вместе над развитием автоматизации документооборота, Xerox и EFI планируют повысить производительность принтеров, сократить время печати, понизить стоимость и предложить пользователям новые услуги и расширенные коммуникации.

В рамках сотрудничества Xerox и EFI объявили о выпуске двух новых серверов, разработанных специально для цифровых печатных машин iGen3 и DocuColor 5252. Сервер Fiery позволяет владельцам iGen3 пользоваться системой автоматизации документооборота EFI и сопутствующими службами.

Соединение сервера EFI EXP5000 и цифровой печатной машины Xerox DocuColor 5252 дало в результате мощное устройство, позиционируемое как одно из самых скоростных в своем классе. Заменявший собой EX200d, этот сервер дает возможность печатать цветные документы быстрее и качественнее. Вторичные процессы, которые позволяют выполнять различные соподчиненные функции одновременно, помогают увеличить производительность. Схема сервера может быть смоделирована под потребности заказчика и его пользовательские установки, что помогает значительно упростить работу. Для усовершенствованного управления функцией цветной печати подключена опция Graphic Arts Package (программный пакет, позволяющий расширить возможности по работе с цветом и форматами файлов).



ОДОБРЕНО FDA

Американская правительственная организация FDA (The United States Food and Drug Administration), регулирующая правила в сфере производства пищевой продукции и лекарственных препаратов, приняла положительное решение об использовании красок HP ElectroInk, которые применяются в цифровых офсетных печатных машинах HP Indigo всех модификаций, при изготовлении упаковки для пищевых продуктов.

Согласно решению FDA, печать этими красками разрешена по неконтактирующей с

продуктом стороне упаковочного материала. Среди одобренных к применению красок — голубая, пурпурная, желтая, черная и белая (красящая). Они могут использоваться при печати на полиэтилене низкого давления толщиной от 40 мкм, полипропилене толщиной от 20 мкм, а также полиэстере толщиной не менее 12 мкм. Сами материалы с печатью могут затем использоваться для упаковки холодной и горячей продукции (при этом температура нагрева продукта не должна превышать 100° С).

Решение FDA открывает перед производителями широкие возможности по выпуску на машинах HP Indigo самой разнообразной упаковки для пищевых продуктов, лекарств, косметических препаратов и другой продукции на цифровых офсетных рулонных машинах. Эксклюзивный представителем HP Indigo на территории России, Украины и Казахстана является Группа «Нисса».

Системы цветной цифровой печати Canon — оптимальное решение для создания собственного полиграфического производства в сфере оперативной полиграфии и расширения уже имеющихся возможностей.



Canon CLC 3200

Высокая производительность — 32 цветных/черно-белых отиска/мин. | уникальная конструкция аппарата с прямым прохождением запечатываемого материала позволяет использовать бумагу и картон плотностью до 250 г/м² и выше | восковой тонер с расширенным цветовым охватом обеспечивает матовую поверхность отиска | пониженная температура блока закрепления изображения позволяет использовать чувствительные к нагреву материалы, например, пленки | максимальный формат листа — SRA3 (320 x 457 мм)

«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» Украина, Киев
(38044) 490-3460
«НИССА» Казахстан, Алматы
(3272) 716-014

Системы цветной цифровой печати Canon

Все какаду умны и понятливы и одарены в большинстве случаев серьезным и кротким нравом; у них, кроме того, замечается большое любопытство и хорошая память



nissacentre

МНОГООБРАЗИЕ
ВИДОВ



POWERSHOT ДЛЯ ОТДЫХА

В августе компания Canon выпустила на рынок сразу четыре модели цифровых камер серии PowerShot.

Первая — PowerShot S70 с 7,1 мегапикселей. Набор ее функций включает выдержки затвора от 15 до 1/2000 с, автофокусировку и автоэкспозицию, ручную фокусировку и таймер для автоматической интервальной съемки. В камере имеется новая предустановка баланса белого — для подводной съемки. Скорость — 2 кадра в секунду, зум-объектив 3,6х. Модель обладает рядом возможностей, взятых у цифровых однообъективных зеркальных камер Canon. Одна из них — запись файлов RAW.

Вторая новинка — PowerShot G6 с 7,1 мегапикселей — обеспечивает значительно более высокое качество изображения, чем ее предшественница модель G5, благодаря быстрому 4х зум-объективу и новым алгоритмам обработки изображения. Скорость автофокусировки стала на 55% выше, а время готовности камеры к началу съемки — на 30% меньше. ЖК-монитор с антибликовым покрытием увеличен с 1,8 до 2,0 дюймов и поворачивается под любым углом, что позволяет снимать, держа камеру у самой земли или высоко над головой. При съемке автопортрета монитор автоматически показывает зеркальное изображение. Камера может выполнять одновременную запись в форматах RAW и JPEG с выбором разрешения файла JPEG. Возможна съемка сериями со скоростью 2 кадра в секунду.

Третью камеру — PowerShot A — М. Йенсен, отвечающий за направление Canon Consumer Imaging в Европе, назвал «новым флагманом се-

рии, обеспечивающим оптимальное соотношение цены и качества». Новинка проста в работе и доступна по цене при больших возможностях и высоком качестве изображения. Модель обладает даже некоторыми функциями камеры PowerShot Pro1. 5-мегапиксельный CCD-датчик PowerShot A95 позволяет получать качественные фотографии до формата А3. Новый 1,8-дюймовый ЖК-монитор поворачивается на 360 градусов, позволяя снимать почти из любого положения. 3х оптический зум дает широкие возможности в построении композиции.

И, наконец, новая 3,2-мегапиксельная модель в линейке цифровых камер PowerShot A400. Благодаря высококлассному объективу с 2,2х оптическим зумом, она особенно подходит для съемки портретов, а ее функция макросъемки позволяет снимать с расстояния 5 см. Хотя модель A400 удовлетворит и опытных фотографов, она разработана и для тех, кто снимает цифровой камерой впервые. Кроме стандартных, имеются восемь специальных режимов съемки, оптимизирующих баланс белого, экспозицию и другие параметры для конкретных ситуаций. Эта модель с современным дизайном выпускается в четырех вариантах цветовой гаммы: серебристом, небесно-голубом, весенне-зеленом и цвета солнечного заката. Благодаря применению карты памяти SD для записи фото- и видеоматериалов, камера A400 стала примерно на 10% легче и на 11% компактнее предыдущих моделей (даже несмотря на зум-объектив), поэтому ее можно повсюду носить с собой. Дополнительно приобретаемый всепогодный бокс (водонепроницаемый на глубине до 3 м) защитит камеру, не мешая съемке при катании на лыжах, во время серфинга и даже при подводном плавании.

Все модели оснащены процессором Digic и системой iAPS, помогающей начинающим фотографам анализировать каждую сцену, имеют 9-точечную автофокусировку.



ОЛИМПИЙСКИЕ МЕДАЛИ XEROX

По итогам маркетинговой программы «Завоюй олимпийское золото», проводимой в первом полугодии 2004 г., у 24 компаний-партнеров «Ксерокс» (Евразия) рост объема продаж увеличился в среднем на 100%. Акция велась в рамках реализации партнерской программы. Чтобы одержать победу, представители компаний должны были достичь наибольшего роста продаж в сравнении с 2003 г. по оборудованию офисной линейки Xerox. Базовым критерием служил рост не менее 35%. Однако победители показали гораздо более высокие результаты — 245, 173 и 161%, соответственно. По отзывам участников, достичь столь высоких темпов роста было непросто, но помогало то, что техника Xerox реально востребована рынком.

По итогам программы, Олимпийскую золотую медаль Xerox завоевал сотрудник компании А1 ТИС (Москва), который и получил уникальную возможность поехать на Летние Олимпийские Игры 2004 г. в Афины. Комментируя итоги соревнований, руководитель отдела канального маркетинга компании «Ксерокс (Евразия)» сказал: «Достижения представителями компаний-партнеров результаты превзошли все наши ожидания».

НОВОЕ ЛАЗЕРНОЕ «ОРУЖИЕ»

24 августа состоялась презентация новых МФУ компании Canon. Ей предшествовал обзор различных секторов рынка принтеров и многофункциональных устройств. По данным агентства IT-Research, за 2003 и первую половину 2004 г. российский рынок МФУ в количественном выражении вырос вдвое. Такой результат оказался неожиданным даже для самих игроков, поскольку прогнозы роста составляли 20–30%. Достаточно динамично менялись и позиции производителей. В результате компания Canon занимает сегодня третье место, правда, с довольно заметным отставанием от лидеров — HP и Xerox. Представители Canon объясняют этот факт тем, что до недавнего времени компания не располагала необходимыми для конкуренции моделями многофункциональных устройств. Теперь они есть.

На пресс-конференции были представлены аппарат начального уровня LaserBase MF 31106, а также модели LaserBase MF5630 и 5650 —

для малого и домашнего офиса. LaserBase MF 31106 сочетает в себе функции принтера со скоростью печати 20 стр./мин, черно-белого копира и цветного сканера с CCD-линейкой и разрешением сканирования 1200×2400 dpi. Устройство LaserBase MF5650 отличается от модели 5630 наличием факса. Остальные функции совпадают — это печать и черно-белое копирование со скоростью 18 стр./мин, а также цветное сканирование с разрешением 1200×2400 dpi.

Вот с этими новыми моделями Canon и намеревается уже всерьез выходить в сектор лазерных МФУ. Если в 2003 г. было продано 12794, а в первом квартале 2004 г. — 10892 единицы оборудования, то к концу года Canon планирует продать уже более 40 тыс. устройств, а к 2006 г. стать лидером на этом рынке.

В завершение гости отправились играть в Q-Zar — тот же пейнтбол, где оружие стреляет вместо краски лазерным лучом. Видимо, развлечение символизировало решительное «наступление» Canon на рынке лазерных МФУ.

Наши лазерные технологии – путь к успеху вашего бизнеса

Товар сертифицирован

Специалисты компании Canon, работающие по 4-м ключевым направлениям: принтеры, копии, цветные сканеры и факсы – объединили свои усилия для создания полноценного лазерного многофункционального устройства. Результатом этого сотрудничества стало появление ряда лазерных компактных МФУ, способных обрабатывать до 18 страниц в минуту, экономя ваше время и увеличивая прибыльность вашего бизнеса.



LaserBase MF5630

- ▶ Лазерный принтер
- ▶ Лазерный копир
- ▶ Цветной сканер



LaserBase MF5650

- ▶ Лазерный принтер
- ▶ Лазерный копир
- ▶ Цветной сканер
- ▶ Лазерный факс

Испытать новую технологию в работе вы можете в местах реализации продукции Canon. Более подробная информация на www.canon.ru

☎ +7(095) 258 56 00 (Москва)
☎ 8 800 200 56 00 (для регионов звонок бесплатный)

you can^{*}
Canon

*Вы можете



CANON EOS 20D

В ряду «серьезной» фототехники Canon пополнение — на рынке появилась новая цифровая зеркальная камера EOS 20D. По заявлениям производителя, это первая камера, которая по своим возможностям, скорости работы и гибкости не уступает пленочным зеркальным камерам высшего класса.

Нетрудно догадаться, что EOS 20D имеет много общего с EOS 1D Mark II. В частности, в ней установлен процессор Digic II, который в сочетании с увеличенным размером буфера обеспечивает съемку сериями до 23 кадров при скорости 5 кадров в секунду — это почти вдвое превышает возможности EOS 10D.

Однако при создании этой камеры было использовано и много новых разработок, например, CMOS-датчик второго поколения с 8,2 мегапикселей формата APS-C. Применение элементов меньшей площади с улучшенным соотношением сигнал/шум и повышенной чувствительностью позволило повысить плотность пикселей по сравнению с EOS 10D. Новая микросхема, расположенная прямо на датчике, усиливает сигнал при считывании, устраняя шум от контактных проводников и случайный шум, а трехслойный оптический фильтр нижних частот уменьшает эффект ложных цветов.

В камере также применяются новый датчик и новый алгоритм автофокусировки, а число точек автофокуси-

ровки увеличено с семи до девяти.

В EOS 20D использован и новый алгоритм вспышки Canon E-TTL II, связанный с расстоянием. Для вычисления мощности вспышки система использует не только замер от предварительной вспышки и точки фокусировки, но и такие факторы, как расстояние от объектива, освещение и наличие отражающих объектов.

Есть и любопытная функция «ретро»: в модели EOS 20D впервые среди цифровых зеркальных камер введен новый монохромный режим черно-белой съемки. Можно применить ряд цифровых фильтров (желтый, оранжевый, красный и зеленый) — как и при черно-белой съемке с цветными фильтрами. А операция тонирования (сепия, синий, пурпурный, зеленый) дает тот же эффект, что и при обычном химическом тонировании.

EOS 20D — первая цифровая зеркальная камера Canon с высокоскоростным интерфейсом USB 2.0 Hi-Speed, позволяющий вести студийную съемку с подключением камеры непосредственно к компьютеру. Новая программа обработки изображений Digital Photo Professional v1.1 работает с файлами RAW примерно в шесть раз быстрее, чем предыдущая File Viewer Utility. При преобразовании RAW в TIFF или JPEG автоматически применяется ICC-профиль. Обработка изображений теперь может вестись в пакетном режиме, а не в последовательном, что значительно повышает эффективность работы при применении к одному изображению ряда операций.

К камере прилагается диск Canon EOS Solution Disk 8.0 с программами EOS Viewer Utility 1.1, EOS Capture v1.1 и PhotoStitch 3.1. А при необходимости большой набор операций с изображением можно выполнять при помощи программы Adobe Photoshop Elements 2.0.



ТОНКИЕ, ПРОЗРАЧНЫЕ... СКАНЕРЫ HP

2 августа компания Hewlett-Packard объявила о выпуске двух новых модификаций сканеров высшего класса, предназначенных для использования дома и в офисе. Сканеры HP Scanjet 4600p и HP Scanjet 4670vp — это новейшая тонкая оптическая система и технология сканирования ПЗС. Объекты в них кладутся лицевой стороной вверх, поэтому пользователям больше не нужно думать о том, как правильно расположить материалы для сканирования. Оптическое разрешение устройств составляет 2400 dpi. Кнопки сканирования, копирования, отправки по электронной почте и перехода в режим энергосбережения обеспечивают максимальное удобство работы со сканерами.

Программное обеспечение ArcSoft Panorama Maker упрощает сканирование документов и графических материалов формата больше A4 благодаря возможности автоматически склеивать отдельные фрагменты в единое целое после сканирования. При этом адаптер для прозрачных материалов (ТМА) дает возможность переводить в цифровой формат старые слайды, негативы и прозрачные пленки. Сканер HP Scanjet 4600p поставляется с программным обеспечением

HP Image Zone для редактирования изображений и HP Instant Share для систематизации фотографий. Для ретуширования фотографий и изображений можно воспользоваться мощным пакетом Adobe PhotoshopElements, который поставляется с HP Scanjet 4670vp.

Ну а для дома вполне подойдет цифровой планшетный сканер HP Scanjet 3770. CCD-технология позволяет сканировать не только фотографии, но и материалы любой формы и размера, включая фотографии в рамках или открытые книги, а ПО оптического распознавания символов преобразовывает результаты сканирования в текст, избавляя от необходимости ручного набора.

Редакция ГАРТ и ГАРТ digital приносит свои извинения за использование (так получилось исторически) неверной транскрипции фамилии президента корпорации Xerox Anne M. Mulcahy. На русском языке она звучит как Малкахи, а не Малкэй. Впредь мы будем использовать правильно транскрибированную фамилию.



ПЕРВАЯ В ПИТЕРЕ

Типография «Принтисса» и «НИССА Центр» СПб подписали контракт на поставку первой в Северо-Западном регионе цифровой офсетной печатной машины HP Indigo press s2000.

Эта ЦПМ предназначена для печати специальной полиграфической продукции на плотных и тяжелых материалах толщиной до 0,6 мм, включая пластики, что уникально для цифровой печати. Технология One Shot позволяет накапливать до 12 сепараций на офсетном полотне до переноса изображения на запечатываемую подложку.

Возможности, предоставляемые машиной HP Indigo press s2000, позволят владельцам занять смежную нишу между коммерческим и индустриальными рынками печати. Производство пластиковых карт по стандартам ISO, удостоверений, картонной упаковки, панелей управления приборов, ковров для «мышей», мембранных клавиатур и уникальных рекламных продуктов, производимых ранее только специализированными видами печати, открывает широкие перспективы для развития бизнеса. Теперь все эти виды продукции экономически выгодно производить тиражами от одного экземпляра с применением всех преимуществ цифровой печати формата А3+.

Благодаря этой машине, «Принтисса» сможет предложить своим клиентам изготовление тиража пластиковых карт офсетного качества с фотографией и образцом подписи владельца всего за несколько часов.

CANON CONCERTO

В июле в Московском Международном Доме музыки прошла выставка Canon Concerto с участием ведущих топ-менеджеров корпорации Canon из Японии, Финляндии, Нидерландов, Великобритании, которая была частью программы европейских выставок Canon Europe. Основной целью Concerto была демонстрация представителям делового сообщества стран Европы достижений Canon в сферах информационных технологий, документооборота и фото-видеотехники.

Из новинок были показаны ЦПМ CLC5100 и комплекс оперативной печати CLC 6400 Velocity. Производительность CLC 5100 на материалах плотностью от 106 до 160 г/м² с составляет 30 шт./мин, а при плотности до 250 г/м² — 22 шт./мин. Подача даже самых плотных материалов теперь может осуществляться из боковой стойки для бумаги R1 благо-

даря раздуву стопы в системе подачи и другим техническим новшествами. Основу комплекса CLC 6400 Velocity с производительностью 64 отрисовки формата А4 в минуту составляют два печатных модуля CLC 3200, объединенные workflow EFI Velocity Balance.

Для решения задач документооборота была представлена продуктовая линейка iRi с технологией MEAP (Multiple Embedded Application Platform), для печати по требованию Canon предложил новую серию монохромных МФУ iR 1500. Специально к Concerto в Москве компания подготовила презентацию новой линейки струйных принтеров PIXMA.

По словам представителя Canon North-East, «выставка Concerto в Москве была особенно важной и значимой, так как рынок СНГ и Балтии является для компании Canon одним из наиболее перспективных».

Цифровые системы широкоформатной печати

TECKWIN
advanced wide format solutions

Компания Teckwin предлагает широкую гамму печатных устройств, заполняющих нишу недорогих широкоформатных принтеров, пустовавшую до недавнего времени.



Общая длина тела белоголовый орлан составляет 86-110 см, а размах крыльев — 1,8 — 2,2 м.

Принтеры Teckwin:

Уникальное сочетание цены и качества | использование комплектующих от ведущих японских и европейских производителей | гибкость и модульность конструкции, позволяющая пользователю выбрать только те компоненты, которые ему действительно необходимы.

Расходные материалы Teckwin:

высококачественные, яркие, устойчивые к атмосферным воздействиям и ультрафиолетовому излучению чернила для 4-х и 6-ти красочных сольвентных принтеров.

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

Санкт-Петербург
(812) 320-1420/22
Екатеринбург
(3432) 166-906
Ростов-на-Дону
(8632) 277-405

Новосибирск
(3832) 106-035
«НИССА» Украина, Киев
(38044) 490-3460
«НИССА» Казахстан, Алматы
(3272) 716-014

nissacentre

МНОГООБРАЗИЕ
ВИДОВ



ФОТОРЫБАЛКА

18 августа в ресторане «Рыбацкая деревня» на ВВЦ прошла традиционная ежегодная рыбалка с Hewlett-Packard. Какая по счету — не могут сказать и сами организаторы, поскольку немного запутались в нумерации. Но это и не важно. Главное, что событие состоялось и прошло с характерной для HP четкостью, за которой стоит хорошее планирование и слаженный труд профессионального коллектива. Наверное, именно этот стиль работы находит отражение и во всех продуктах HP, а их на рыбалке было представлено немало.

Новинки, опять же, по традиции, относились к фотографическому рынку и предназначались как для фотографов-любителей, так и для более «продвинутой» аудитории. Презентация началась с новых принтеров серии Deskjet. Видимо, перечислять все технические характеристики устройств Deskjet 3745, 5740, 5743 и 6543 не имеет смысла. Скажем только, что даже бюджетный принтер начального уровня 3745 «умеет» печатать с разрешением 4500 dpi в шесть цветов без полей.

Еще одна примечательная деталь: у HP появились новые картриджи, которые позволили значительно увеличить производительность моделей, начиная с Deskjet 5743. Например, принтер Deskjet 6543 печатает почти в два раза быстрее, чем его предшественник 5652, вышедший на рынок всего год назад. Благодаря усовершенствов-

ванной форме картриджей, удалось также устранить такой неприятный недостаток фотопечати, как «смазанный» край изображения.

На рыбалке были представлены и новые мобильные фотопринтеры серии Photosmart — модели 325 и 375, а также полезные аксессуары к ним — беспроводный адаптер HP BT300 и внутренние аккумуляторные батареи.

Кроме того, гости смогли ознакомиться с новыми моделями МФУ — от одного из самых компактных в мире HP PSC 1315 до профессионального HP Officejet 42556 — и линейкой сканеров HP Scanjet 3770, 4600 P, 4670VP и 4070 Photosmart.

Завершали презентацию техники фотокамеры — любительская M307 и более «продвинутая» R507, оснащенные технологиями Real Life, которые помогут начинающим фотографам почувствовать себя уверенно при любых условиях съемки.

Некоторые изменения произошли и в расходных материалах HP: вышли новые картриджи для струйной печати, в ассортименте появились новая фотобумага печати и наклейки, изменен дизайн упаковки.

Несмотря на обилие информации, презентация была достаточно короткой. После нее гостей, которые поделились на любителей рыбалки и фотографии, ожидали два интересных конкурса — на лучший улов и лучший снимок. Победители покидали «Рыбацкую деревню» с богатым уловом и памятными призами.



Так во время проведения Олимпийских игр выглядело офисное здание Херох в Афинах. Стены украшает баннер с мозаикой, собранной из портретов более чем 27 тыс. сотрудников корпорации из 60 стран.

ОЛИМПИАДА АФИНЫ 2004

13 августа компания Херох открыла специальный круглосуточный технический центр в Афинах для обеспечения надежной и бесперебойной подготовки документации на Олимпийских Играх 2004 г. Еще до начала соревнований в Афины прибыли более 230 сервисных инженеров Херох из 19 стран.

В соответствии с требованиями Олимпийского комитета, результаты каждого соревнования должны быть зарегистрированы, внесены в базы данных и распечатаны в течение пяти минут после подведения его итогов для широкого круга участников: прессы, комментаторов, судей, спортсменов, спонсоров, руководителей и обслуживающего персонала Олимпиады. С этой целью для поддержки предоставленного оборудования Херох создал специальную инфраструктуру, которая охватывала 35 спортивных и 26 неспортивных олимпийских объектов и предусматривала прибытие сервисного инженера на любой из них не позднее, чем через десять минут после получения информации о проблеме.

Благодаря работе круглосуточного технического центра, эксперты Херох могли отслеживать состояние всех

сетевых устройств, что позволяло заранее определить возможную проблему, а затем проверить или даже заменить оборудование. Херох осуществлял мониторинг всех 6 тыс. единиц оборудования, используя программу CentreWare Network Services, которая функционировала как единый командный центр, предоставляя информацию обо всех сетевых устройствах и работах, которые на них выполнялись, что позволяло определять состояние аппаратов Херох, установленных на любых олимпийских объектах.

За 40 лет партнерства Херох с Олимпийским движением требования к обработке документов значительно возросли. В 1964 г., на зимней Олимпиаде в Инсбруке (Австрия), парк предоставленного Херох оборудования состоял из обычных копировальных аппаратов, способных изготавливать 7 копий в минуту.

В 2004 г., на летних Олимпийских Играх в Греции, в течение 17 дней на более чем 6 тыс. принтеров, копиров и многофункциональных устройств Херох напечатано около 120 млн стр., от 10 до 18 тыс. различных отчетов. Олимпиада 2004 транслировалась по всему миру, и необходимо было, чтобы в репортажах о соревнованиях не было ошибок и неточностей.



ПЕРВАЯ HP INDIGO 3050

Всего несколько месяцев назад, на друпa, компания HP Indigo представила ряд новинок в области цифровых офсетных печатных машин, и вот — первая HP Indigo 3050 уже запущена в России. Эксклюзивный дистрибутор HP Indigo в России группа «Нисса» поставила эту ЦПМ компании «Полизнак», только начавшей свою деятельность на рынке полиграфических услуг Перми.

Цифровая офсетная печатная машина HP Indigo 3050 — дальнейшее развитие популярной модели Indigo 3000, и отличается от нее улучшенным программным обеспечением, повышенной надежностью и рядом других нововведений, которые позволяют использовать ее более эффективно. Предназначенная для коммерческой печати многокрасочной продукции малыми, средними и большими тиражами с возмож-

ностью двусторонней печати в 4, 5, 6 или 7 красок линиатурой до 230 lpi, HP indigo 3050 оснащена встроенным денситометром, обеспечивающим автоматическую корректировку цвето-передачи. Одно из главных достоинств машин HP Indigo — возможность печати с персонализацией. Первый крупный заказ такого рода уже выполнен «Полизнак» — к 70-летию юбилею акционерного общества «Сильвинит» компания произвела персонализацию более десяти тысяч памятных именных книг, снабдив каждый экземпляр фотографии сотрудника, для которого он отпечатан. Кроме того, специалисты группы «Нисса» укомплектовали участок послепечатной обработки (здесь была установлена фальцмашина GUK с самонакладом SAF 36), а также установили в типографии комплекс трафаретной печати: станок M&R Saturn 2538, натяжное устройство M&R Max Newton и туннельную УФ-сушку Aeroterm Vario.



ФОРСИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ

Мы не раз говорили, что самым активным игроком на рынке цифровых технологий является сегодня компания Kodak. Идет перестройка, на ключевые должности в группе Kodak Graphic Communications назначены новые люди. Приобретена часть бизнеса фирмы Buhmann Graphic System, занимавшейся продажами и сервисной поддержкой ЦПМ NexPress в шести европейских странах.

Недавно стало известно о том, что Kodak приобрел подразделение по производству сенсоров для цифровой фотографии своего старого партнера — компании Texas Instruments. Форсированное развитие продолжается.

ПРИНТЕРЫ, СОЗДАННЫЕ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЛЮБЫХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

XANTE

МОНОХРОМНЫЙ ПРИНТЕР A3 AW 1200

уникальная цена - \$1295!

Лучший выбор для тех, кому необходима недорогая, качественная и быстрая монохромная печать A3. Adobe PostScript 3 исключает ошибки вывода графики. Минимальная цена и отличные характеристики.



1295\$
НОВАЯ ЦЕНА

- 1200 x 1200 dpi
- Adobe PostScript 3
- Parallel, USB, EtherNet 10/100

XANTE AW 1200
64Mb, 12ppm, A3 \$1495 \$1295

ВЫВОД ГРАФИЧЕСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ ACCEL-A-WRITER 4N

формат до A3+!

Принтеры для качественного и быстрого вывода на бумаге (20 стр/мин) графических изображений и различных документов. Истинное физическое разрешение 1200 x 1200dpi на формате до 330x469мм!



1750\$
НОВАЯ ЦЕНА

- A3+ (330 x 469 мм)
- 1200 x 1200 dpi
- Adobe PostScript 3
- 20 стр/мин

XANTE ACCEL-A-WRITER 4N
64Mb, 20ppm, 1200dpi . . \$2394 \$1750

ВЫВОД ОФСЕТНЫХ ФОРМ PLATEMAKER 4

за 1 минуту и \$1!

Печать не только на бумаге и пленке, но и на полиэстровых и бумажных печатных формах. Решение Computer-To-Plate для черно-белых и цветных плашечных работ.

Экономия от \$8000 в год!



СКИДКИ ДО 30%

- 2400 dpi, 150 lpi
- до 340 x 901 мм
- тиражеустойчивость до 15000 оттисков

XANTE PLATEMAKER 4
64Mb, 1200dpi, 330mm . . \$5990 \$4350
256Mb, 2400dpi, 330mm . \$6990 \$5500
64Mb, 1200dpi, 340mm . . . \$6190
256Mb, 2400dpi, 340mm . . . \$7590

ВЫВОД ПЛЕНОК FILMMAKER 4

A4 - \$0,5

Вывод цветоделенных пленок с компьютера без ФНА. Формат A3+, печать негативных и позитивных плёнок, возможность калибровки и настройки геометрии печати.

Экономия от \$3000 в год!



- 2400 dpi
- 150 lpi
- 330x901 мм
- Adobe PostScript3

XANTE FILMMAKER 4
64Mb, 1200dpi \$3870
256Mb, 2400dpi \$5120



ЦИФРОВАЯ МИНИТИПОГРАФИЯ

Печать на плотных и фактурных бумагах, высокая скорость и низкая себестоимость позволяют успешно использовать этот принтер для печати визиток, буклетов, баннеров и другой цветной продукции.

Автоматическая рекалибрация
Автоматический дуплекс
Управление заданиями
Xante ColourMatch
Adobe PostScript3



330
г/м²

327x1200 MM
1200x1200 DPI

30 СТР/МИН В ЦВЕТЕ
ПРЯМОЙ ТРАКТ ПОДАЧИ

CL30 256Mb \$5200
CL30D 320Mb, Duplex \$5900
CL30HD 320Mb, 10Gb, Duplex . \$6200
CL30HSE 330 g/m², 256Mb . . \$7500
CL30HD HSE 330 g/m², 320Mb, 10Gb, Duplex . \$8200

ПРИГЛАШАЕМ ДИЛЕРОВ!

Приглашаем в 2004 году на технологические семинары:
С-Петербург, Алма-Ата, Самара, Ростов-на-Дону, Омск

ПРОЦЕССОР FILMSTAR 4

ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ОПТИЧЕСКОЙ ПЛОТНОСТИ ТОНЕРА ДО 3.3D

450\$
НОВАЯ ЦЕНА



Тел.: (095) 913-83-94, 742-77-78 • факс 783-42-51
e-mail: sales@comline.ru • www.comline.ru • www.xante.ru

КОМЛАЙН®

МАЛЕНЬКАЯ ПРОВЕРКА

Наверное, все уже давно привыкли к тому, что  знакомит своих читателей с моделями печатной техники, которые относятся к классу цифровых печатных машин. Но в издательско-полиграфической, да и в других сферах бизнеса, не обойтись и без их «меньших собратьев» — принтеров. Им и посвящен этот материал

В каждом офисе, где занимаются доредакционной подготовкой, есть или скоро появится цветной принтер. Впрочем, даже в офисах, где о полиграфии имеют самое слабое представление, время от времени требуются 50–100 цветных листовок к выставке, материалы с цветными графиками для совещания или еще что-нибудь в этом роде. Устройств, способных справиться с этими и другими аналогичными задачами, сегодня на рынке очень много, и стоят они уже совсем не таких «катастрофических» денег, как раньше.

У нас в издательстве цветной принтер тоже есть. Был приобретен на очень выгодных условиях шесть лет назад. Тогдашние «очень выгодные» условия были несколькими тысячами долларов. Морально принтер за прошедшие годы практически не устарел, но его подкосила физическая старость. Нет, на нем все еще можно печатать что-нибудь цветное, но ни о каком, даже очень далеком, сходстве с полиграфическим оттиском, речи здесь быть не может. А когда-то было вполне красиво...

Специалисты по сервисному обслуживанию оценили ремонт нашего «старичка» в сумму, близкую к 1 тыс. долл., ко-

торую платить не очень хочется. Наславшись про принтеры по цене «меньше тысячи долларов», мы решили проверить, что это такое и подойдут ли они для решения издательско-полиграфических задач.

Что это за задачи, известно любому человеку, который хоть раз в жизни сталкивался с подготовкой макетов для типографии. Никто не собирается требовать от принтера возможностей контрактной цветопробы типа Digital Cromalin. Но нужно все-таки иметь возможность посмотреть на бумаге обложку или полосу верстки, чтобы оценить хотя бы приблизительно, как она получится в печати. Мы, конечно, делаем цветокоррекцию изображений «по цифрам» и, издавая более 50 журналов в год, уже несколько месяцев обходимся без цветного принтера, но все-таки иногда хочется и визуально проверить, как все выйдет... По крайней мере, на что это будет похоже.

Кроме того, мы часто использовали наш «цветной» использовался для печати необходимых к выставке прайс-листов и других материалов, хотя, наверное, с этими проблемами проще все-таки обратиться в близлежащую цифровую ти-

пографию. С задачей легко бы справился Xerox DC12, но эта ценовая категория сейчас не рассматривается.

Итак, воспользовавшись служебным положением, мы позвонили одному из производителей принтеров и попросили дать нам возможность познакомиться с несколькими из не самых примитивных, но и не самых дорогих офисных устройств. Подробный отчет можно будет прочитать в журнале «Курсив» 05-04, а здесь мы приводим лишь первые впечатления от тестирования.

Конечно, опытный человек сразу скажет, что для решения наших задач необходимы два устройства: одно — лазерный, сублимационный или твердочернильный принтер, а второе — струйник, который позволит печатать цветопробы. И хотя цветопроба нам требуется не так часто, мы все-таки позвонили еще одному производителю. В результате, в качестве объекта для проверки был выбран новый широкоформатный струйный принтер HP DesignJet 130. Предположительно, на нем должны были получаться отпечатки, очень близкие по цветопередаче к офсетным. Вот такой маленький «парк» устройств собрался в издательстве для тестирования.

Мы отдаем себе отчет в том, что к любому новому печатающему устройству, будь то цифровая печатная машина или просто офисный принтер, необходимо привыкать. Возможно потому, что мы этого сделать не успели, по результатам тестирования никакого решения о покупке нового или ремонте имеющегося оборудования не принято. Основная проблема в том, что кроме цены устройства существуют еще и такие факторы, как стоимость расходных материалов и удобство использования. Наш старый принтер использует относительно недорогие расходники, а все, что нужно сделать, чтобы начать печатать на нем, это выбрать опцию print из меню.



PHASER 6100

В качестве первого потенциального кандидата на замену нашему принтеру был выбран один из самых недорогих цветных «лазерников» — Xerox Phaser 6100 — самая младшая модель линейки цветных принтеров Phaser. Устройство новое — в России появилось весной 2004 г.

Phaser — очень известная на издательском рынке торговая марка. Плюсы: невысокая цена и возможность двусторонней печати. Минус: отсутствие встроенного интерпретатора PostScript. Существует две модели: Phaser 6100BD и Phaser 6100DN. Вторая, более дорогая, имеет сетевой адаптер. Физическое разрешение принтера — 600×600 dpi, но предусмотрена и дополнительная возможность более качественной печати с интерполяцией и эквивалентным разрешением 1200 dpi. Возможность двусторонней печати имеется в обеих конфигурациях. Максимальная плотность бумаги при подаче с ручного лотка — 163 г/м². Максимальный формат — 216×356 мм.

Принтер печатает в четыре прохода, соответственно, скорость печати снижается с 20 односторонних листов A4 в минуту в черно-белом режиме, до 5 листов в цветном. Тем не менее, учитывая стоимость менее 1 тыс. долл., это вполне приличная скорость.

Phaser 6100 необходимо рассматривать, как принтер для офисных задач — именно так он позиционируется производителем. Для распечатки текстов из Microsoft Word, таблиц и диаграмм из Excel, презентаций из PowerPoint или веб-страниц с RGB-графикой в разрешении 72 dpi большего и не требуется, в то время как для издательско-полиграфических работ требования существенно выше.

Поскольку в принтере отсутствует интерпретатор PostScript, для печати .ps файлов их необходимо сначала перевести в файлы .pdf. Это неудобно, а кроме того, драйвер принтера по умолчанию выполняет известное только ему преобразование CMYK-цветов исходного



файла в «другие» CMYK-комбинации. Очевидно, это связано с тем, что цвета используемых тонеров отличаются от стандартных офсетных красок. Драйвер для MS Windows имеет ограниченные возможности для коррекции яркости, контраста и цветового баланса, поэтому его применение в издательском деле проблематично.

Отсутствие в поставке фабричного ICC-профиля не позволяет в полной мере воспользоваться стабильной цветопередачей — у этого принтера она обеспечивается встроенной системой автокалибровки.

Анализ цветового охвата и градиционных характеристик устройства говорят о том, что Phaser 6100 лучше не использовать для выполнения цветопробы. Аномалии в кривых передачи слишком велики, но если оценивать качество цветопередачи в целом, можно сказать, что цвета на отпечатке с Phaser 6100 остаются узнаваемыми. Правда, их отличия от офсетного оттиска существенны. Использование «улучшенного» режима печати вместо «стандартного» физического дает более качественное воспроизведение деталей изображений и более плавные переходы градиентов.

Подводя итог краткому знакомству с Phaser 6100, остается резюмировать, что цена этого устройства вполне адекватна его основной задаче — печати цветных документов из офисных приложений.

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ



PHASER 8400

Этот принтер имеет существенно больше прав на ношение гордого имени «Pha-ser», чем другие, но при этом стоит более 1 тыс. долл., хотя и менее 2 тыс. Технология печати с «твердыми чернилами», которая в нем используется, впервые была применена более десяти лет назад, когда этим принтерами еще занималась компания Tektronix. Phaser 8400 демонстрирует, насколько она изменилась в результате развития.

Принтер имеет очень высокую скорость печати — 24 страницы в минуту. Обработка больших файлов PostScript тоже происходит достаточно быстро. Разрешение печати устройства составляет 525×2400 dpi. В отличие от традиционного струйного метода, изображение здесь формируется на дополнительном разогретом барабане, и только после этого переносится на запечатываемый материал.

Phaser 8400 способен печатать на материалах плотностью до 220 г/м², включая конверты, бумагу для визиток, пленки и т. д.

Как и все твердочернильные принтеры, в стандартном режиме печати он дает необычайно яркие цвета. Система управления цветом TekColor позволяет эмулировать различные цветовые пространства, включая Euroscale. Получается неплохо. Принтер может использоваться для оценочной цветопробы, но из-за особенностей разрешения воспроизводит недостаточно деталей в светах.

Любопытное преимущество твердочернильной технологии состоит в том, что для проверки запаса чернил до-

статочно поднять верхнюю крышку устройства и посмотреть на оставшееся число кубиков. Запас можно пополнить, не выключая принтера.

Если говорить о недостатках, то застывшие твердые чернила образуют на поверхности бумаги толстый воскообразный слой, который не сложно случайно поцарапать или стереть. Хотя, если провести твердым предметом по отпечатку с лазерного принтера, то останется тот же след.

Существует пять модификации принтера Phaser 8400: 8400B, 8400BD, 8400N, 8400DP, 8400DX. В наиболее простой из них отсутствуют возможность автоматической двусторонней печати и сетевого подключения, а также установлено всего 128 Мб оперативной памяти. Самая «продвинутая» модель — 8400DX — обеспечивает дуплексную печать, имеет сетевой адаптер, 256 Мб памяти и встроенный жесткий диск объемом 20 Гбайт. Интересно, что данные о возможностях конкретного принтера прописаны на смарт-карте,



которая обеспечивает включение соответствующих функций.

Вот, собственно, и все, что хотелось сказать об этой модели. Хороший, сравнительно недорогой принтер для офиса и издательских задач, позволяющий получать как корректные распечатки, так и близкую к офсетному оттиску оценочную цветопробу.



Печать твердыми чернилами напоминает традиционную струйную технологию, так как в обеих используются печатающие головки с соплами, выстреливающими капли жидких чернил. В отличие от чернил для струйного принтера, «твердые» чернила, в момент печати представляющие собой расплавленные капли воскообразной субстанции, затвердевают по мере остывания. Поставляются они не в картриджах, а в виде «кубиков», причем это считается очень перспективной технологией, ведь отсутствие картриджа позволяет существенно удешевить производство. По мере необходимости кубики плавятся, и уже жидкие чернила поступают в печатную головку, которая выстреливает 30 млн капель в секунду из 1236 сопел.

HP DESIGNJET 130

Универсальный широкоформатный струйный принтер стоимостью около 1500 долл. (в простой конфигурации без растрового процессора), появившийся на рынке в середине этого года. Согласно заявлению производителя, устройство позволяет печатать фотографии и постеры для интерьерной графики, а кроме того, может использоваться для производства цветопробы. Нас же, в первую очередь, интересовала именно последняя функция. Конфигурация, в которой мы тестировали hp DesignJet 130, включала опцию для автоматической печати из рулона. Ширина материала для этого принтера составляет 24 дюйма (610 мм). Ее было бы достаточно для вывода спусков полного формата со шкалами, если бы не одна деталь: при печати на рулонном материале боковые поля составляют 5 мм с каждой стороны.

Максимальная плотность запечатываемого материала — 300 г/м². Разрешение составляет 2400×1200 dpi. Для печати используются шесть красок CMYKcst с индивидуальными картриджами. Для формирования капель размером 4 пиколитра применена термальная технология. Принтер имеет систему автоматической калибровки с использованием встроенного сенсора.

Мы попробовали также два растровых процессора — HP RIP и EFI Designer Edition for HP XL 4.0 — которые предлагаются для этого устройства опционально. Комплект DesignJet и HP RIP сертифицирован SWOP как система цифровой цветопробы, удовлетворяющая требованиям этого стандарта офсетной печати. С HP RIP принтер может печатать в трех режимах: Max DPI — с максимальным разрешением, Best, Normal и Fast.

По результатам тестирования надо отметить, что HP RIP представляет собой растровый процессор начального уровня — не самый удобный, потому что, например, остановить печать можно только



методом перезагрузки компьютера. Нельзя корректировать кривые цветопередачи, можно только поднять плотности по цветам CMYK. Настройка цвета осуществляется только через ICC-профили. Тем не менее, печать цифровых фото с профилем sRGB и цветопроб с профилем Euroscale обеспечивает очень неплохое качество.

Поддерживается печать цветов PANTONE по встроенным таблицам, но заменить их установки также не представляется возможным. Дельта-E составляет от 8 до 20. Возникают проблемы с DCS файлами — печатается pre-view.

Интерфейс второго растрового процессора — EFI Designer Edition for HP XL 4.0 — оказался намного лучше, чем у HP RIP. Первоначальный упор здесь делается на версию для Mac OS X, версия для Windows уже вторична. Это RIP позволяет корректно обрабатывать цветоделенные PS с DCS-изображениями.

Как и предыдущий растровый процессор, EFI Designer Edition поддерживает автокалибровку (CLC) при помощи встроенного сенсора, а также печать цветов PANTONE по встроенным таблицам. Дельта-E = 5-13. Этот RIP обеспечивает два разрешения печати: 1200×1200 и 600×600 dpi. Имеются возможности автоматизированной раскладки нескольких изображений на листе и печати дополнительных контрольных шкал.

RIP включает программу EFI Color Editor для создания новых spot-цветов и определения spot-цветов как алиасов на существующие внутренние цвета, например, цвета PANTONE. Программа EFI Ink



Assistant обеспечивает настройку градационных характеристик цветопередачи по CMYK-цветам.

Подводя итоги хочется еще раз напомнить, что принтер рассматривался нами, в первую очередь, как устройство для выполнения цветопробы. Тестирование показало, что DesignJet 130 вполне можно считать хорошей (при относительно невысокой цене) цветопробной системой формата A1. Для тех же, кому такой большой формат не нужен, HP предлагает модель DesignJet 30 формата A3.





ПОСТРОЕНИЕ СТРУКТУРЫ

Участок цифровой печати
рекламного агентства
«Технологии рекламы»

ГОД ОБРАЗОВАНИЯ
2004

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНАЯ ПЛОЩАДЬ
120 м²

ОБЩАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ
СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА
15 человек

ОБСЛУЖИВАНИЕ МАШИНЫ
2 человек

ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ
Xerox iGen3

Татьяна ЭГЛИТ
«Технологии рекламы»
Исполнительный директор

🔗 Татьяна, «Технологии рекламы» — рекламное агентство полного цикла?

Т. Э.: По крайней мере, мы считаем себя таковыми. Недавно у нас появилось еще один очень перспективный инструмент развития деятельности — мы приобрели первую в Москве цифровую печатную машину Xerox iGen3.

🔗 Это очень серьезный шаг. Цифровых типографий в Москве очень много, и они недозагружены. А производительность iGen3 такова, что эта машина, по всей видимости, справится со всеми заказами московских салонов оперативной печати, имеющих ЦПМ Now!Press. На что Вы рассчитываете?

Т. Э.: Мы рассчитываем на успех, и у нас есть четкая стратегия его достижения.

🔗 В чем же она заключается?

Т. Э.: Мы не собираемся просто создать еще одну цифровую типографию. Чтобы правильно загрузить эту машину, необходимо в полной мере использовать возможности рекламного агентства и созда-

вать новые «продукты» с использованием технологий цифровой печати.

🔗 Под «продуктами» Вы понимаете приложения для крупных корпоративных клиентов?

Т. Э.: Можно, конечно, сказать и так. Это будут приложения, использующие возможности печати переменных данных. Мы планируем серьезно работать на рынке директ-маркетинга, а кроме того, всерьез рассматриваем возможность высококачественной печати малотиражных книг и каталогов.

🔗 Создать «продукт» — не достаточно. Не менее сложно найти клиента, который согласится его приобрести.

Т. Э.: Да, конечно, но имея готовый «продукт» с заказчиком разговаривать намного проще, чем без него. На рекламном рынке это обычный порядок работы.

🔗 Может быть, просто сломать рынок и предложить агентствам самую низкую цену в Москве? Ведь себестоимость материалов у вас ниже, чем у владельцев Now!Press.

Т. Э.: Мы не планируем этого делать. Имея возможности, которые дает iGen3,

неразумно и некорректно по отношению к нашим коллегам заниматься демпингом.

Э: А сколько нужно печатать в месяц на такой машине?

Т. Э.: Мы рассчитываем печатать где-то около 300 тыс. оттисков формата А3. Это и тиражи рекламных агентств, не имеющих своей производственной базы, и заказы от небольших цифровых типографий, не справляющихся с объемом работ, и «полиграфическое» воплощение наших новых идей.

Конечно, сейчас, на первом этапе, машина печатает «обычные» работы. Но наша концепция заключается не в создании очередной цифровой типографии, а именно в построении структуры рекламного агентства полного цикла со своей производственной базой. Думаю, наши клиенты оценят новые услуги по достоинству.

Э: А сколько у агентства более или менее постоянных клиентов?

Т. Э.: Постоянных — более трехсот. Есть еще и те, которые обращаются к нам время от времени.

Э: Вы решили установить ЦПМ на Цветном бульваре, где размещается само агентство. А не проще ли было найти помещение немного подальше от центра и подешевле?

Т. Э.: Мы думали над этим вопросом. Но есть успешный опыт работы здесь. Близость станции метро и транспортных развязок, безусловно, играют свою роль. Заказчикам удобно сюда приезжать, да и наши менеджеры тратят меньше времени на выезды. Размещая типографию таким образом, мы руководствовались и еще одним соображением: серьезному клиенту необходимо видеть наши технические возможности и понимать, что мы не посредники.

Э: Какими будут ближайшие этапы работы?

Т. Э.: Одновременно с приобретением ЦПМ мы серьезно увеличили штат сотрудников. Это связано как раз с нашей новой стратегией — мы строим структуру по продаже «продуктов» оперативной цифровой печати.

В агентстве есть собственный Call-центр. Нам показалось, что это еще одно очень полезное дополнение. Его услуги пользуются спросом у клиентов, а кроме того, мы используем его и для своих нужд. Кстати, мы проводили телемаркетинг, и в некоторых рекламных агентствах нам говорили, что у них тоже есть iGen3.

Э: Любопытно...

Т. Э.: Все объясняется стремлением любого агентства сразу ответить «Да!» на вопрос потенциального клиента. Наш рынок в этом смысле несколько бес-



Наша концепция заключается не в создании очередной цифровой типографии, а в построении структуры рекламного агентства со своей производственной базой

Т. Эглит

принципный. «Голое» посредничество очень распространено. Главное сделать так, чтобы клиент заинтересовался и согласился на встречу. В агентстве с ним уже будут разговаривать профессионалы.

В нашем случае не последнюю роль играет то, что клиент увидит своими гла-



зами. Нам, в отличие от многих других, есть что продемонстрировать.

Э: Кстати, а что говорят клиенты о качестве печати iGen3. Оно отличается от Now!Press?

Т. Э.: Качество существенно выше. Было несколько забавных случаев, когда клиенты, привыкшие размещать заказы на

Now!Press, пытались возвращать нам тиражи со словами, что это напечатано офсетом, а не «цифрой» и должно стоить дешевле. Нет того самого блеска, который свойственен отпечаткам цифровых печатных машин. Большинство клиентов качество полностью устраивает, оно соответствует качеству офсета, но при этом тиражи до 500 экз., безусловно, экономически эффективны. Кроме того, мы получили возможность печати практически на любых дизайнерских бумагах и синтетических материалах без потери качества!

🗨: Офсетные типографии в Москве существенно недозагружены и берутся практически за любой заказ. Кто-то еще приносит тиражи в 500 экз. А4 4+4 на «цифру»?

Т. Э.: Приносят. Причем иногда одновременно несколько таких тиражей. В этом случае офсетная типография просто не сможет помочь из-за сроков производства. А мы, конечно, сможем. Через три часа все будет готово. Это еще одно конкурентное преимущество перед другими агентствами — обладая собственной базой, мы сможем гарантировать, что заказ будет отпечатан в оговоренные сроки.

🗨: Визитки рассматриваете как бизнес?

Т. Э.: Отказывать клиентам, которые хотят отпечатать комплект визитных карточек, на наш взгляд, некорректно, но и делать ставку на эту продукцию, имея оборудование такого класса, по-моему, не очень разумно. При этом мы искренне рады любому клиенту, особенно нашим коллегам, профессионально разбирающимся в вопросах, связанных с оперативной полиграфией.

🗨: Вы говорили, что будете выполнять, в числе прочего, и работы для цифровых типографий, которые по той или иной причине не могут справиться со своими заказами. А кто, в случае чего, выручит вас?

Т. Э.: И по производительности, и по диапазону запечатываемых бумаг данная машина для Москвы уникальна. И если она вдруг «встанет» на несколько дней, то переразместить заказы нам будет сложно. Этот риск неизбежен, так как мы первыми вышли на рынок с таким оборудованием, но ведь и преимуществ у нас гораздо больше, чем у владельцев других ЦПМ.

🗨: А сколько человек необходимо для обслуживания такой машины?

Т. Э.: Сейчас у нас на производстве работают четверо, но в перспективе будет 6–7 человек.

🗨: То есть, людей искать продолжаете?

Т. Э.: Да, пока загрузка не такая высокая — справляемся, но хороших людей, как и все, ищем всегда. ■



КАК «РАСКРУЧИВАЮТ» БЕРМУДЫ

Казалось бы, туристический бизнес на Бермудских островах просто обязан процветать: песчаные пляжи, солнце и голубое небо укрывает год. Однако до недавнего времени путевки на Бермуды пользовались совсем не таким высоким спросом, как хотелось бы организаторам курортного отдыха. И как выяснилось позже, причина была банальной — недостаточно продуманный маркетинг.

Туристическое предложение об отдыхе на Бермудах выглядело как набор рекламных листовок, собранных в одном конверте, пока за дело не взялись профессионалы компании Applied Printing Technologies (APT), предоставляющей полный цикл услуг цифровой печати, и агентства Euro RSCG Brann, специализирующегося на директ-мэйл.

Разработанная АРТ брошюра с переменными данными, посвященная туриз-

му на Бермудах, стала частью хорошо скоординированной коммуникационной программы, главная цель которой заключалась в налаживании более эффективного, экономичного и гибкого маркетинга туристического агентства Бермудских островов. Каждая брошюра была персонализирована с учетом контактной информации о получателе, его предпочтениях в жилье и питании, и предлагала два вида связи с туристической компанией — через сайт или call-центр. Вместо не связанных между собой рекламных листовок клиент получал персонализированную полноцветную брошюру (всего было предусмотрено более 11 тыс. версий персонализации).

Согласно официальным данным агентства Bermuda tourism, время на создание рекламного предложения благодаря использованию цифровой печати на Kodak Nexpress 2100 сократилось с недели до 72 часов.

«Нам был нужен быстрый, гибкий, высококачественный и экономичный способ создания рекламных материалов. Цифровая печать в комбинации с Интернет отвечала этим критериям, — сказал Майкл Декото, исполнительный директор Bermuda tourism. — Персонализированные брошюры дают больший эффект по сравнению с прежними материалами, и в итоге мы получаем ощутимую финансовую выгоду от этого нововведения».



ТЕПЕРЬ ТОЛЬКО «ЦИФРА»

На фоне роста объемов продаж и улучшения ситуации на рынках оборудования и расходных материалов для полиграфии и здравоохранения, рынок аналоговых фотоматериалов продолжает сокращаться. В связи с этим компания AGFA приняла решение о продаже своего подразделения Consumer Imaging, занимавшегося пленками, фотобумагой и минилабами.

Покупателем стал менеджмент подразделения. Инвесторами — несколько американских фондов. Сумма сделки составила «всего» 175,5 млн евро. В то время, как оборот подразделения составил в первой половине 2004 г. 363 млн евро. Совсем невысокая цена продажи обусловлена очень сложной ситуацией на рынке, где спрос падает и

вовсю идут ценовые войны между производителями пленки. На этой сделке AGFA потеряет около 400 млн евро, но продажа позволит компании сконцентрироваться на тех рынках, где ситуация существенно лучше. Освободившаяся от тяжелого груза AGFA продолжит работу на восстанавливающемся после кризиса полиграфическом рынке, а также на растущем рынке цифровых технологий в здравоохранении и медицине.

Новая компания будет называться AgfaPhoto, она продолжит работу на рынке материалов для аналоговой фотографии. В нее перейдут на работу около 2870 сотрудников AGFA. Задача менеджмента — существенно сократить затраты, что по мнению аналитиков легче сделать в рамках небольшой компании, чем в рамках крупного концерна.

Возможно, это первая ласточка, за которой последуют и другие. Ведь у основных конкурентов AGFA — Kodak и FujiFilm — дела с аналоговыми фотоматериалами тоже далеко не так хороши. Конкуренты, правда, существенно больше, но намного легче им от этого не становится.

для перехода
к цифровой печати

**НЕОБХОДИМО
И ДОСТАТОЧНО**

(ацп)

ассоциация цифровой печати

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



ПРЕСТИЖНЫЕ НАГРАДЫ

Этим летом продукты компании Canon получили сразу несколько наград на престижных конкурсах. Так, за лучшую продукцию 2004 г. в области фотографии и работы с изображением Canon получил четыре приза ассоциации TIPA (Technical Image Press Association).

«Лучшей профессиональной цифровой зеркальной камерой 2004 г.» признана EOS-1D Mark II. По признанию жюри TIPA, эта модель сочетает скорость, необходимую спортивным фоторепортерам, с качеством, достойным высоких требований коммерческой фотографии, и с равным успехом применяется в обеих областях.

Модель EOS 300D была названа «Выдающимся достижением 2004 г.». Она стала первой цифровой зеркальной камерой, цена которой не превышает 1000 евро. Камера открывает для широкого круга пользователей возможности, ранее доступные только профессионалам.

Звание «Лучшая 35-мм зеркальная камера 2004 г.» получили модели EOS 30V Date и 33V, которые имеют самую высокую в своем классе скорость автофокусировки и непрерывной съемки.

Комплект ПО для контроля данных Canon DVK-E2, предназначенный для работы с зеркальными камерами EOS-1Ds и EOS-1D Mark II, был признан «Лучшей технологией 2004 г.»

Еще два приза были вручены Canon авторитетной ассоциацией EISA. В этом случае «Лучшей в Европе профессиональной камерой 2004-2005 гг.» была вновь признана EOS-1D Mark II. Второй приз получил струйный принтер модели i9950 — лучшая в мире, по мнению жюри EISA, модель формата A3 по скорости и разрешению, а также единственный на рынке 8-цветной принтер формата A3. Это первая модель, в которой применена разработанная Canon технология ChromaPLUS, расширяющая цветовую гамму за счет новых красных и зеленых чернил. Усовершенствованная микрокапельная технология (MicroFine Droplet Technology) обеспечивает четкость и точность наряду с высокой скоростью печати: фотография полного формата A3 печатается всего за 65 с, что примерно вчетверо быстрее, чем на любой конкурирующей модели.



ВСЕ ЖЕНЩИНЫ КРАСИВЫ

19 августа компания Hewlett-Packard и ELLE объявили о запуске необычного проекта, в результате которого на обложке одного из самых популярных в мире журналов мод вместо привычных фотографий моделей появятся изображения самых обычных женщин.

«Все женщины красивы, а благодаря цифровой фотографии эту красоту можно увидеть», — считают участники проекта. В Великобритании, Испании, Германии, России, Франции и Италии девушкам предлагают загрузить свои любимые фотографии на сайт, придумать заголовки и в считанные мгновения увидеть себя на обложке журнала ELLE!

Благодаря технологиям HP, фотография оказывается на обложке ELLE буквально через несколько секунд. Затем участник может придумать заголовки,

выбрать цвет фона и напечатать готовый результат. Также предоставляется возможность послать готовые обложки своим друзьям и поделиться с ними своей радостью.

Все обложки участвуют в конкурсе с главным призом — поездкой на выходные в Лондон. Финалистки получают цифровые камеры HP Photosmart R707 с аксессуарами, фотопринтеры HP Photosmart 375 и ноутбуки HP Pavilion zt3000.

«Большой успех ELLE в определенной степени вызван тем, что журнал акцентирует свое внимание на индивидуальности, творческой жилке и личности каждой женщины. Для компании HP большая честь работать вместе с журналом в рамках этой прекрасной акции, и мы надеемся, что это еще раз продемонстрирует стремление HP быть компанией для потребителей, помогающей каждой женщине чувствовать себя красивой», — сказала Ольга Денисова, менеджер по связям с общественностью подразделения потребительских устройств HP Россия.

«Мы никогда не делали ничего подобного с нашими обложками и очень рады сотрудничеству с HP: отличная репутация этой компании в сфере цифровой фотографии не оставляет сомнений в том, что наш конкурс пройдет с большим успехом», — заявил Жан Раштон, менеджер ELLE по рекламным мероприятиям.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

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

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:



Директ-маркетинг Lights

Бесполезно объяснять эффективность директ-маркетинга тому, кто сам не провел подобную кампанию с рассылкой персонализированных писем и не почувствовал отдачу. Причины лояльного восприятия персонализированной почты вполне объяснимы — черно-белый и даже цветной листочек без конверта сразу отправляется в мусорную корзину, то же самое происходит со спамом, приходящим по электронной почте.

Отношение к же письму, начинающемуся с Вашего имени, особое. Можно спорить на что угодно, что Вы его, как минимум, прочтете, чтобы понять, кто же это и по какому случаю интересуется именно Вашей персоной. И пусть не все адресаты посетят открывшийся неподалеку супермаркет, разместят вклад в банке или проголосуют за того или иного депутата на предстоящих выборах, но отдача будет намного больше по сравнению с привычными и порядком поднадоевшими методами воздействия на целевую аудиторию.

ЗДЕСЬ СВОИ ПРАВИЛА...

Основное правило директ-маркетинга, сформулированное европейскими агентствами, гласит: «Каждая рекламная кампания должна быть тщательно спланирована, а ее результат выражен конкретной суммой». Другими словами, каким бы альтруизмом ни выглядело то или иное предложение, бросать деньги на ветер никто не собирается. А расходы на рекламную кампанию, кроме разработки самой ее стратегии, в простейшем случае включают: подготовку базы адресов, имен и другой необходимой информации о получателе, дизайн и печать персонализированного письма (буклета, каталога), стоимость рассылки по почте и

последующий учет результатов кампании тем или иным способом.

Существует еще одно основное правило директ-маркетинга: «На внешнем виде послания экономить нельзя!» В лучшем случае эффекта не будет, в худшем Вы получите результат с обратным знаком: письмо сомнительного вида негативно отразится на формировании имиджа, и для исправления ситуации понадобятся уже гораздо большие суммы и время.

...НО ИНОГДА ИХ МОЖНО НАРУШАТЬ

И все-таки, сэкономить без ущерба для имиджа можно. Секрет — в выборе бумаги. В ассортименте европейских бумажных фабрик есть материалы, разработанные специально с учетом требований директ-маркетинга.

Один из них — Galerie One — представитель нового поколения мелованных бумаг для печати рекламных материалов и высококачественных изданий. Бумага Galerie One (Silk и Gloss) производства концерна M-Real обладает высокой пухлостью и жесткостью, поэтому воспринимается на ощупь как материал большей плотности. В сочетании с высокой непрозрачностью это качество предоставляет возможность до 25% снизить вес изделия без ущерба для качества печати и внешнего вида, что дает экономию при рассылке послания по почте. А поскольку почтовые услуги в России постоянно дорожают, а рассылаться могут не только письма, но и журналы, брошюры и каталоги, экономия может оказаться очень существенной. Galerie One разработана с учетом требований персонализации, поэтому в зависимости от задачи и вида продукции, при ее изготовлении может использоваться как только цифровая печать, так и ее комбинация с офсетом. Ес-

РЕАЛЬНЫЙ ПРИМЕР

О том, как выглядит результат офсетной печати на Galerie One, каждый читатель может судить самостоятельно. Для этого номера **С**, вместо обычной бумаги 130 г/м², была выбрана Galerie One Silk 100 г/м², эквивалентная 130-граммовке по толщине и непрозрачности.

Таким образом, без ущерба для внешнего вида при объеме в 24 полосы вес журнала уменьшен на 21 г, или на 23%. Соответственно, для печати тиража нам понадобилось почти на четверть меньшее количество бумаги (в тоннах), в результате чего затраты уменьшились. Дополнительную экономию принесло сокращение расходов на почтовую рассылку по нашей базе — она составила еще 2 тыс. рублей.

ли же объем базы невелик, переменные данные могут быть впечатаны на обычном лазерном и струйном принтере. Остается добавить, что бумага демонстрирует высокие показатели при печати и послепечатной обработке (биговке, фальцовке, склейке, перфорации, подборке) и что рекомендованная область ее применения — высококачественная печатная продукция, в первую очередь, рекламного и маркетингового направлений (директ-мейл, каталоги, журналы, брошюры, буклеты), а также высокохудожественные издания.

Стоит попробовать, чтобы убедиться, что работать с этой бумагой действительно легко — в прямом смысле этого слова.

Map Paper (на правах рекламы)



www.mapaper.ru

ТРУДНО УСТОЯТЬ!

GALERIE ONE С ЛЕГКОСТЬЮ ПОБЕЖДАЕТ ТЯЖЕЛОВЕСОВ

Galerie One — это новое поколение высококачественной мелованной бумаги, специально разработанной для печати рекламных материалов, а также высокохудожественных изданий.

Galerie One предоставляет Вам возможность снизить затраты на 20% без ухудшения качества печати.

GALERIE ONE

Just touch it.

ООО «МАП ПЭПЕР»
Москва, ул. Рязанская,
д. 16/1, 125
Тел.: (495) 145-10-00
Факс: (495) 145-10-01
E-mail: info@mapaper.ru

Самаро-Заволжский филиал
Москва, наб. Заволжский,
д. 10
Тел.: (495) 145-10-01
Факс: (495) 145-10-02
E-mail: info@mapaper.ru

Увертюра для Интернета с оркестром

Пожалуй, Интернет на сегодняшний день — самый простой и быстрый способ узнать самую актуальную информацию о чем бы то ни было — от наличия определенного товара в конкретном магазине до последних новостей биржевого рынка и погоды в Бали. Но как, например, привлечь внимание к сайту компании в первый раз, если потенциальные клиенты не отвечают на e-mail? И означает ли их молчание, что они не заинтересованы в присланной информации?

Оказывается, не всегда, хотя клиентов тоже можно понять — каждый день на адрес электронной почты каждого из них валится бесконечный поток спама, который тут же отправляется в мусорную корзину. Возможно, туда по случайности попадает и некоторая полезная информация, но на то, чтобы разобраться в степени важности того или иного коммерческого (или некоммерческого) предложения, просто не остается времени.

СИТУАЦИЯ

Случай, для нашей страны нетипичный — тем и интересен. Внимание к своему сайту решил привлечь... Бостонский симфонический оркестр. Причины вполне понятны. Во-первых, заказы на билеты гораздо удобнее принимать через Интернет, чем по телефону. Во-вторых, посетители сайта смогут получать самую свежую информацию о предстоящих концертах.

Наверное, надо сказать, что оркестр не пренебрегал персонализированным маркетингом и ранее, однако использовал для этого традиционную почту или рассылку писем по e-mail. Что происходило с последними, вы уже знаете. Ну а каждый раз рассылать сообщение о предстоящем концерте бумажным письмом — работа трудоемкая и накладная.

Приобщение посетителей концертов симфонической музыки к взаимодействию через Интернет было бы очень кстати. Оставалось лишь понять, как это можно сделать.

МЕТОД

Если от писем по электронной почте отдачи практически нет, остается «вышибать клин клином», то есть воспользоваться почтовой рассылкой обычных бумажных посланий, чтобы в будущем избавиться от необходимости делать это снова и снова. Во всяком случае, именно так и поступил симфонический оркестр, вернее, компания, специализирующаяся на директ-маркетинге, куда менеджер музыкального коллектива обратился за помощью. В результате этого сотрудничества была разработана новая концепция рекламной кампании, в основе которой лежала прямая почтовая рассылка по заранее подготовленной базе данных, а также веб-ресурсы.

Персонализированное письмо приглашало любителей классической музыки посетить сайт Бостонского симфонического оркестра под своим собственным паролем (он содержался в письме) и получить в подарок фирменную заставку для монитора (screen-saver).

Сайт был подготовлен специальным образом, и в зависимости от введенного пароля выдавал персонализированное приветствие. Кроме того, на той же страничке посетите-

лю предоставлялась возможность ознакомиться с афишей и заказать билеты на концерт. Активность каждого из пользователей можно было легко отследить благодаря наличию персонального пароля.

РЕЗУЛЬТАТ

Первая рассылка дала 10% откликов, 3% из которых закончились заказом билетов. После второй рассылки число ответивших достигло 18%, а заказов — 8%. Кроме того, во время бронирования билетов и регистрации посетителей сайта было собрано 5 тыс. актуальных e-mail адресов, владельцы которых выразили свое желание получать информацию о концертах по электронной почте.

Это прекрасный пример сочетания двух видов коммуникации — традиционного письма и Интернет. Персональное письмо привлекает внимание получателя, повышает его доверие к компании, а когда цель достигнута, актуальную информацию можно прислать и по электронной почте — она не будет принята за спам.



Аудитория	Любители симфонической музыки
Цель рекламной кампании	Стимулировать клиентов к общению посредством Интернет
Обращение	Персонализированное письмо, содержащее личный пароль клиента для пользования сайтом оркестра
Результат	Количество откликов от каждой из двух рассылок составило 10 и 18% соответственно. В результате акции было собрано 5 тыс. актуальных e-mail адресов, владельцы которых выразили желание получать информацию о концертах по электронной почте
	Оркестр получил экономическую выгоду от нововведения, открыв еще один канал рекламы, упростив процедуру приема заказов на билеты и избавившись от необходимости часто проводить рассылку персонализированных писем по почте

ИСТОЧНИК: PRINT ON DEMAND INITIATIVE

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 Электровзаводская
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

Третье поколение успеха

строим бизнес вместе!

DocuColor 12 открыл мир цифровой печати более чем 1000 компаний в России и странах СНГ.

Около 100 печатных машин NOW!PRESS, установленных за 3 года, превратили цифровую малотиражную печать из второстепенного занятия в прибыльный и стабильный бизнес.

Пришло время подумать о чём-то большем...



Ксерокс (Россия и СНГ)
Москва: 101000, Россия, пер. Огородная слобода, 5
Тел.: (095) 956 4350, факс: (095) 232 6666
WWW.XEROX.RU

Xerox DocuColor **iGen3**
Digital Production Press