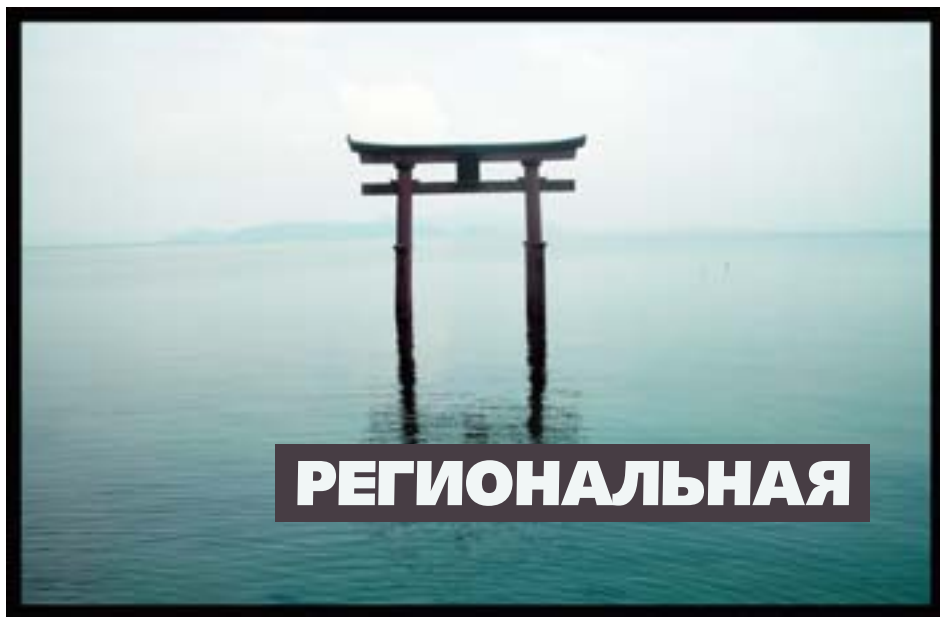


ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 7 (61) | ИЮЛЬ 2005

РЕГИОНАЛЬНАЯ
ЯПОНИЯ

с. 12



В НОМЕРЕ:

ЖАРКИЙ ИЮЛЬ	3
«АЛТЭКС» ИЗ НИЖНЕГО	8
ВЛАДИМИРСКИЙ ПРОГРАММИСТ	10
ЯПОНСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ	12

**В этот раз регионы
очень разные: Токио,
Киото, Фукуяма,
Нижний Новгород...**

А. Романов (с. 3)

**Полиграфия — биз-
нес выгодный, надо
просто нормально
работать. Она всегда
необходима и влас-
тям, и коммерческим
предприятиям**

М. Г. Никитин (с. 4)

**Оптимизация и по-
вышение эффектив-
ности — главный ре-
зерв для увеличения
прибыльности типо-
графии, работающей
в сегменте упаковки**

Е. Е. Слиянков (с. 7)



**Михаил
Геннадьевич
НИКИТИН**
ФГУИПП
«Нижеполиграф»
(Нижний Новгород)
Директор

ГАРТ: Михаил Геннадьевич, «Нижеполиграфу» уже более 80 лет, это одно из крупнейших предприятий отрасли. Что вы выпускаете сегодня?

М. Н.: Исторически «Нижеполиграф» выпускал и газеты, и книги. В доперестроечные времена печатали идеологические газеты и сочинения классиков марксизма-ленинизма, материалы съездов партии. Мы и теперь активно работаем и на газетном, и на книжном рынках.

ГАРТ: Интересно, а кто у вас размещает заказы на книги?

М. Н.: Практически все крупнейшие российские книжные издательства, большинство из Москвы. Максимум, которого достигала типография во время книжного бума в начале 90-х гг. — около 900 тыс. книг в месяц. Тогда тиражи были громадные.

(Продолжение на с. 4)



**Евгений
Евгеньевич
СЛИЯНКОВ**
«Промис»
(Нижний Новгород)
Генеральный
директор

ГАРТ: Евгений Евгеньевич, на чем специализируется ваше предприятие?

Е. С.: Основная наша специализация — производство высококачественной картонной упаковки для фармацевтической, косметической и парфюмерной продукции.

ГАРТ: Почему именно для этой продукции?

Е. С.: Так сложилось исторически. Одним из акционеров ОАО «Промис» является «Нижефарм» — компания, входящая в пятерку крупнейших российских производителей лекарственных препаратов. Она является лидером по внедрению современных технологий, имеет сертификат ISO 9001 и предъявляет соответствующие требования к своим поставщикам. В том числе и серьезные требования к упаковке, которые год от года все более ужесточаются.

(Продолжение на с. 6)

САМАЯ БЕЛАЯ БУМАГА



UPM finesse 700 —
мелованная глянцевая

UPM finesse 300 —
мелованная матовая

UPM finesse 220 —
чистоцеллюлозная
книжно-журнальная матовая



UPM | *finesse*

Санкт-Петербург
(812) 325-51-21

Екатеринбург
(343) 377-73-93

Казань
(8432) 18-54-54



Москва
(095) 729-54-64

Нижний Новгород
(8312) 69-37-28

Новосибирск
(3832) 27-66-84

Самара
(8462) 70-75-10

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 РОМАНОВ
andrei@romanov.ru**Адрес редакции:**

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 725 6001**Подписано в печать:** 01.08.2005**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 2067**Печать** офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2005

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**ЖАРКИЙ ИЮЛЬ**

Как обычно, июльский номер — региональный. В этот раз регионы очень разные: Токио, Киото, Фукуяма, Нижний Новгород... Фактически полмесяца пришлось провести в командировках, поэтому из грандиозной программы очередного регионального автопробега было исключено несколько российских городов.

Если говорить о Нижнем, то в нем типографий очень много. Я думаю, не меньше 50. Но мы выбрали только три, но очень разных: небольшую, среднюю и крупную. Надеюсь, читатели получат достаточно полное представление о региональной полиграфии одного из крупнейших российских городов.

По дороге мы заскочили во Владимирскую область к возмутителю спокойствия российского рынка спирали — Дмитрию Пупину (благодаря его деятельности, цена календарной пружины за год снизилась в два раза). Он рассказал о планах по дальнейшему возмущению спокойствия на нашем рынке.

В этом номере совсем не нашлось места для новостей. На самом деле их в этом месяце немного, но они «исторические». Нельзя, конечно, обойти вниманием продолжающиеся слияния на красочном рынке. На этот раз об объединении договорились Flint Ink и XSYS Print Solutions. Менее чем за год BASF Printing Systems, ANI Printing Inks и Flint Ink оказались одной большой компанией с суммарным оборотом в 2,6 млрд долл. (по результатам 2004 г.)

Для того, чтобы читатели смогли оценить масштаб события, можно сказать, что сделка по покупке фирмы Reebok компанией Adidas всего в три раза больше. Вот теперь начнется масштабная перестройка! Хотя позиции Flint Ink на европейском рынке были не так сильны, также, как, впрочем, и позиции XSYS на американском. Ну, а если говорить про российский рынок, то тут доля Flint Ink была вообще неприличной для второго по величине производителя печатных красок в мире. В 2004 г. она немного подросла и составила около 3%.

Это, конечно, самая интересная новость, но не единственная. Как мы уже писали: по слухам, Sicra — еще один крупный производитель печатных красок — решил избавиться от остававшегося у него подразделения, которое занималось красками для листового офсета и жидкими красками для печати упаковки. Слухи подтвердились. Покупателем стала немецкая группа Siegw-erk. Она теперь с суммарным оборотом около 1 млрд долл. входит в пятерку крупнейших мировых производителей печатных красок.

Российский красочный рынок тоже лихорадит. Игроки то делятся, то объединяются. Но об этом в следующем номере ГАРТ, который как раз посвящен расходным материалам.

Андрей Романов
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

АВГУСТ 2005:
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

СЕНТЯБРЬ 2005:
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

ОКТАБРЬ 2005:
ОТДЕЛКА ПЕЧАТНОЙ
ПРОДУКЦИИ

НОЯБРЬ 2005:
КАДРЫ
В ПОЛИГРАФИИ



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



Бумага мелованная матовая
Magno Satin плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Михаил Геннадьевич НИКИТИН

(Продолжение. Начало на с. 1)

Потом начался спад. Изменились цены на услуги и существенно сократились тиражи. Последнее — мировая тенденция. Мы на сегодняшний день предлагаем оперативное производство высококачественных книг любыми тиражами (от 3 тыс. экз.) Беремся даже за тиражи в 1 тыс. экз. Правда, недавно привезли из Москвы заказ на книгу — 250 тыс. экз. Это очень редкий и выгодный для нас заказ.

ГАРТ: Объем книжного производства сократился по сравнению с 90-ми?

М. Н.: Нет, наоборот. В 2003 г. мы поставили себе целью выпускать 1 млн книг в месяц и в 2004 г. этой цели достигли. На 2005 г. у нас план — 1,2 млн книг в переплете в месяц. И мы его выполняем. Кроме того, выпускаем много брошюр.

ГАРТ: Какое у вас оборудование для производства книг?

М. Н.: У нас шесть рулонных офсетных машин и все необходимое отделочное оборудование, включая две линии по производству книг. Мощности вполне приличные.

ГАРТ: Но этому оборудованию уже много лет?

М. Н.: Да, немало, но линии для производства книг мы модифицируем. Приобрели новую трехстороннюю резальную машину для одной из линий, дополнили ее также устройством для формирования книжных блоков. Заказчикам необходимо качество, и мы делаем все для его повышения.

ГАРТ: А цветных книг много?

М. Н.: Нет, не очень. Заказы на такие книги обычно разовые. Мы их печатаем на листовых машинах, которых у нас тоже было шесть. В прошлом году приобрели пятикрасочный полуформатный Roland 205 для печати обложек. Рыбинская фирма «Формат» сделала нам капитальный ремонт одной из наших «Планет». Мне очень понравился результат.

ГАРТ: А газетный бизнес еще жив?

М. Н.: Да, причем мы работаем не только с нижегородскими заказчиками. Печатаем газеты для Владимира и Чебоксар, а также все центральные газеты, кроме «Комсомольской правды». Издаем и печатаем свою собственную газету «Студия-НН». Но в Нижнем есть несколько конкурентов — не все так просто.

ГАРТ: Есть еще районные газеты?

М. Н.: Мы ими не занимаемся. Зато печатаем несколько собственных газет

крупных промышленных предприятий Нижегородской области.

ГАРТ: А газеты на чем печатаете?

М. Н.: У нас работает ПОГ-168, он обеспечивает печать газет с красочностью 4+2. Для полноцветных газет мы сейчас покупаем рулонную машину индийского производства. Она будет установлена в ноябре. Тогда попробуем «дотянуться» и до Москвы.

ГАРТ: Систему СТР уже приобрели?

М. Н.: Как раз подписали контракт. Решили купить недорогую, капстановую. Зато она закрывает все имеющи-

Даже если кто-то очень захочет, потребуется несколько лет для того, чтобы создать альтернативное производство или перевезти наше оборудование в другое место

еся у нас форматы пластин, включая ПОГ-168.

ГАРТ: Михаил Геннадьевич, производственные площади «Нижполиграфа» — 51 тыс. м² в самом центре Нижнего Новгорода. Идет приватизация таких предприятий. Может прийти инвестор, который решит закрыть полиграфическое производство и переоборудовать все под торговый и офисный центр?

М. Н.: Я не думаю, что так случится. Кто же тогда будет печатать здесь центральные газеты? Кроме нас с этой задачей никто не справится. Даже если кто-то очень захочет, потребуется несколько лет для того, чтобы создать альтернативное производство или перевезти наше оборудование в другое место. Кроме того, у нас на сегодня работают более 700 человек. Их что, выгнать на улицу?

ГАРТ: Интересно, а сколько сегодня стоит аренда в центре Нижнего?

М. Н.: 20 долл. за м² в месяц.

ГАРТ: Фактически столько же, сколько не в самых крутых районах Москвы...

М. Н.: А чем мы хуже? Нижний Новгород — город достаточно дорогой, если сравнивать с тем же Ульяновском, например.

ГАРТ: Если бы появился нормальный инвестор с деньгами, то чтобы Вы в первую очередь сделали?

М. Н.: Вероятно, перевел бы все-таки производство на окраину Нижнего. Я был в одной немецкой типографии, которая по всем правилам размещается на окраине города: новые помещения, все на одном уровне. Спросил у руководителя: как удалось так все организовать? Оказалось, что еще некоторое время назад ситуация у них была аналогичная нашей. Но они продали здания и земельный участок в центре города и этих денег хватило на то, чтобы приобрести новый участок, построить здания и купить новое оборудование для типографии. Это, конечно, идеальный случай, но, я надеюсь, что у нас тоже так получится.

Кстати, из-за того, что предприятие находится в центре города, у нас есть проблема с кадрами. Некоторые сотрудники тратят на дорогу в одну сторону час и больше. По московским меркам это немного, а по нашим — очень долго.

ГАРТ: А в номенклатуре заказов ничего менять не стали бы?

М. Н.: Я бы продолжил заниматься производством и газет, и книг. Это достаточно сбалансированный бизнес. Когда «проседает» одно, «поднимается» другое направление.

ГАРТ: Ситуация меняется, и прибыльность полиграфического бизнеса становится не такой высокой, как раньше?

М. Н.: Полиграфия — бизнес выгодный, надо просто нормально работать. Она всегда необходима и властям, и коммерческим предприятиям. Однако и здесь бывают колебания. Это ведь не добыча газа или нефти. Можно, конечно, сдать все в аренду и на это жить, но это бизнес временный, с высокой конъюнктурой.

ГАРТ: Скажите, Михаил, тяжело руководить крупным полиграфическим предприятием? Сколько часов в сутки приходится работать?

М. Н.: Простой эту работу не назовешь. Я пришел в «Нижполиграф» в 1986 г. механиком офсетного цеха, стал старшим механиком, потом главным. После этого был назначен главным инженером. С марта 2000 г. — директор. Знаний, приобретенных в Полиграфическом институте, конечно, не хватало. Получил второе образование — закончил Высшую школу экономики.

Работать приходится с 8 утра и, бывает, до упора, но я рад, что работаю с таким замечательным коллективом, что в трудном обновлении есть частица и моего труда, что мы вместе можем смело смотреть в завтрашний день.

КБА Рапида 74 Полуформатная машина



Высочайшая скорость без компромиссов

Благодаря машинам Рапида 74 нового поколения Вы можете работать в формате 52x74 см с высочайшей производительностью. Теперь при односторонней печати на этих машинах счетчик показывает 18.000 листов в час, а при двусторонней печати – 15.000 листов в час. При соответствующем оснащении могут выполняться любые заказы: от тонких бумаг до картона толщиной 1 мм, микрофрокартона или пластика. Печать 5+5, различные варианты лакирования, перфорация, нумерация – все возможно! Позвоните нам, если Вы хотите быть первыми в формате 52x74 см.

ООО «КБА РУС»:

117313 Москва, Ленинский проспект, 95а

Тел.: (095) 132-59-55, 937-50-53, факс 937-52-45

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

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

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:

тел. (812) 164-45-00, факс (812) 325-19-17, e-mail: kba_spb@mail.ru

Евгений Евгеньевич СЛИНЯКОВ
(Продолжение. Начало на с. 1)

ются. С другими заказчиками фармацевтической упаковки нам работать немного легче, но они тоже постепенно подтягиваются к уровню требований «Нижфарма». А мы уже знаем, что они попросят в следующем году.

Из-за того, что раскрой фармацевтических упаковок имеют малые размеры, а тиражи обычно не самые большие, оптимальным форматом печатной машины, на наш взгляд, является 52x74, а для выпуска большой упаковки полуформатные печатные машины — не лучший вариант.

ГАРТ: Фармуупаковка сильно отличается от «обычной»?

Е. С.: Определенная специфика в производстве упаковки для медицинских препаратов есть. Этот бизнес требует особой точности, особого отношения. Крупные фармпредприятия используют автоматические линии. Например, в кондитерской промышленности большая часть продуктов фасуется вручную.

Ведущие фармпредприятия такие, как «Нижфарм», «Уфа-Вита» («Фармстандарт»), «Отечественные лекарства» используют для фа-

совки современные высокоскоростные линии, отсюда и требования к упаковке. Если на скоростном автомате упаковка не пошла, скажем, не успела раскрыться, то фармпредприятия несут дополнительные издержки, которые часто перекладывают на нас. Например, при подготовке оригинала-макета упаковки никто не заметил ошибку, а партия препаратов была упакована и отправлена в аптеки, если при проверке эта ошибка обнаружится — вся партия будет возвращена. Нам придется не только перепечатывать упаковку, но и оплачивать все дополнительные расходы по транспортировке и переупаковке.

Фармацевтическая упаковка лишь на первый взгляд несложная. Она не только должна соответствовать макету, но и иметь правильную геометрию, биговку на необходимую глубину, должна быть хорошо склеена, чтобы раскрывалась легко, «без щелчка». Основная трудность, на наш взгляд, в послепечатных операциях: высечка и склейка.

ГАРТ: Интересно, а какое у вас послепечатное оборудование?

Е. С.: У нас машины разных производителей: есть немецкие и китайские выруб-

ные прессы, а также немецкая и швейцарская линия для склейки. Например, швейцарская линия работает очень хорошо, но решение проблем с поставкой запасных частей занимает два месяца. Планируем приобрести еще машины (но только не этой швейцарской фирмы), покупаем сейчас пресс для высечки с автоматическим удалением облоя.

ГАРТ: Печатные машины у вас, видимо, КБА?

Е. С.: У нас на сегодня три листовые полуформатные машины этой фирмы: четырехкрасочная Rapida 74-4, пятикрасочная Rapida 74-5+L с секцией лакирования и двухкрасочная Rapida SRO. КБА — очень гибкая компания, именно поэтому мы ее и выбрали. Для сравнения: мы отправляем в КБА номер запасной части по каталогу, а через два-три дня она уже у нас. В ближайшие годы, если уровень сервиса будет тот же, то КБА останется для нас главным поставщиком печатного оборудования.

ГАРТ: Интересно, а в Нижнем у вас есть другие заказчики, кроме «Нижфарма»?

Е. С.: Есть. Мы печатаем некоторые виды упаковки для таких брендов, как Gallina Blanca и Wella. У этих компаний работают производства в нашей области. Хотя Gallina Blanca и Wella заказывают большую часть упаковки в СПб и Москве, мы получаем регулярные заказы, так как выполняем их оперативно.

Тем не менее, в общем объеме производства доля фармуупаковки у нас составляет 85%. Нашими услугами пользуются крупнейшие российские производители препаратов, но доля «Нижфарма» в объеме производства «Промис» остается очень большой и составляет порядка 40%.

ГАРТ: Конкурентов много?

Е. С.: Если говорить о специалистах на очень узком рынке фармацевтической упаковки, то не очень. Мы стараемся встречаться, об-

щаться и согласовывать действия с нашими коллегами.

ГАРТ: Но теоретически такую простую упаковку может сделать любое крупное предприятие, которое занимается производством упаковки из картона. Они не ввязываются в это, потому что объемы невелики?

Е. С.: Теоретически — они могут это сделать. Но для них объемы этого рынка не так интересны, как, например, пищевая упаковка. Им нужны десятки тонн картона. На этом рынке таких объемов нет, а требования очень высокие. Со следующего года они еще больше ужесточатся. Мы к этому готовимся — заказали необходимые дополнительные недешевые опции к оборудованию для склейки. Такие опции обычному упаковщику, который привык заниматься рядовой продукцией, обходятся дорого, а окупятся не скоро. Поэтому немногие типографии будут готовы к новым требованиям фармпроизводителей.

С точки зрения прибыльности — тоже особых преимуществ нет. Приходится за те же деньги изготавливать упаковку с дополнительными требованиями.

ГАРТ: Но кто-то из крупных производителей упаковки все-таки работает на этом рынке?

Е. С.: Да, некоторые работают. Причем они на несколько лет с него ушли, но некоторое время назад стали «присматриваться обратно». Видимо, в «большой» упаковке не все так хорошо. Мы, конечно, по их меркам, предприятие небольшое, но

Московская типография продает Heidelberg GTO-52-4

Год выпуска: 1991

Восстановительный ремонт в Германии в 2002 г.

Пробег: 54 000 000

Увлажнение: Alcolor с системой циркуляции и охлаждения Baldwin

Дистанционный пульт управления CPC 1-02

Регистровая система Bacher 425 мм

Противоотмарывающий аппарат WEKO.

Машину можно посмотреть в работе.

Состояние отличное. Обслуживалась только сервис-инженерами Heidelberg. Есть варианты продажи в лизинг.

(095)101-41-65 или dumen@oxp.ru

flexoplus.ru

сайт,
посвященный
флексграфии.
конференция.

заходите!

успешно конкурируем за счет узкой специализации.

ГАРТ: А производственные площади у вас большие?

Е. С.: Здесь у нас производство занимает 1,5 тыс. м². Этого катастрофически не хватает, и я несколько лет занимался поиском подходящего помещения. Сейчас в Нижнем очень большая проблема с производственными и складскими помещениями.

ГАРТ: Но говорят, что здесь много зданий, которые можно приобрести за не очень большие деньги?

Е. С.: Так было три года назад. Сегодня приобрести помещения в Нижнем Новгороде очень сложно. Если кто-то говорит, что это просто, то он, видимо, этим вопросом серьезно не занимался. В городе вроде бы много помещений, но так просто взять и купить промышленное здание практически невозможно. Нам повезло, мы нашли подходящее здание и не так далеко от этого.

Можно, конечно, купить недорогую площадку за городом и построить там современное одноуровневое здание для типографии. Но там не будет коммуникаций: ни электричества, ни воды, ни газа. Когда все подсчитаешь, становится ясно, что получится не так дешево, как кажется на первый взгляд. Причем на все потребуются согласования, а на это надо много времени.

В итоге мы нашли здание, реконструкция которого займет около года, и это окажется быстрее и дешевле, чем строить новый корпус в чистом поле. Производство будет занимать 4 тыс. м². Плюс еще склад и офисная часть.

ГАРТ: Площади очень большие. Планируете развивать дальше?

Е. С.: Да, у нас сейчас новая задача — производство пластиковой упаковки для тех же фармпредприятий. Можно делать пластиковые ба-
ночки, корексы. Простор

большой, тары, которая необходима для производства лекарств, очень много. Конкуренция в этом сегменте достаточно высокая, но производители препаратов хотят работать с проверенными компаниями.

ГАРТ: А рынок картонной упаковки вам все еще интересен?

Е. С.: Да, я считаю, что российским производителям упаковки необходимо создавать свою собственную ассоциацию. Общаться, договариваться об общей ценовой политике. Времена высоких прибылей прошли, сегодня надо все очень точно считать. У нас, например, по результатам прошлого года рентабельность продаж составила 12%. Она снизилась по сравнению с 2003 г. Мы не смогли повысить цены на свою продукцию, как планировали на 10–12%, а инфляция составляет более 10% в год поэтому рентабельность продаж падает год от года. Была бы ассоциация — можно было договориться между собой и держать адекватные рыночные цены.

ГАРТ: Интересно, а как вы считаете себестоимость производства? У всех типографий разные подходы.

Е. С.: У нас есть собственная «доморощенная» система на базе 1С. С переездом в новое здание перейдем на новую версию системы, внедрением которой сейчас занимается «Апрель-Софт». 1С планируем установить на каждом рабочем месте, у каждой машины — компьютеры, чтобы исполнитель сам вводил необходимую информацию по работе с заказом. Я считаю, что сегодня оптимизация и повышение эффективности производства — главный резерв для увеличения прибыльности типографии, работающей в сегменте упаковки, этикетки или рекламной продукции.

Московское представительство
XSYS Print Solutions
Ленинградское ш. 16, стр. 9.
(095) 775 1760

XSYS
Print Solutions

Компания XSYS Print Solutions – это:

Краски для узорулонных машин
Краски для флексо и глубокой печати
Фотополимерные пластины
Краски для рулонного офсета
Краски для листового офсета
Пигменты и Смолы





**Елена
БАРЫШКИНА**

Группа компаний «Алтэкс»
(Нижний Новгород)

Директор
департамента печати

ГАРТ: Елена, расскажите о вашей компании.

Е. Б.: «Алтэкс» — один из лидеров нижегородского рынка по продажам канцелярских товаров, офисной техники и домашних компьютеров. Это многопрофильная группа, которая занимается разными видами бизнеса. Недавно нам исполнилось 14 лет, и мы все еще активно развиваемся. В

прошлом году, например, в Нижнем Новгороде открыли крупнейший интернет-центр (в Европе всего только три центра больше нашего). В этом году реализуем инвестиционный проект по созданию собственной строительной компании.

ГАРТ: На фоне всего полиграфия, видимо, теряется?

Е. Б.: Нет. С самого начала в группу компаний входила типография, занимавшаяся, в основном, производством этикеточной продукции. Но три года назад стало понятно, что время для развития этого проекта упущено. А с двумя чешскими двухкрасочными полуформатными машинами конкурировать с крупнейшими российскими производителями этикетки, работающими в Нижнем и близлежащих городах, практически невозможно. Поэтому было принято решение этот проект закрыть.

Но у нас к этому моменту очень хорошо шли дела с

оказанием услуг по копированию (этот бизнес мы начинали в 1992 г.) У нас работало пять копировальных центров (не только в Нижнем, но и в других крупных городах области), оснащенных современным оборудованием. На сегодняшний день в них мы предлагаем также услуги и по цифровой, и широкоформатной печати. Принимаем заказы на сувенирную продукцию.

Так вот, три года назад бизнес развивался высокими темпами, быстро росло количество клиентов. Большинству из них требовались еще и офсетные тиражи, и мы купили цифровую офсетную машину. Выбрали Heidelberg Quickmaster 46 DI.

ГАРТ: Не пожалели потом?

Е. Б.: Я не могу сказать, что пожалели. Просто планировали закрыть нишу тиражей 500–1000 экз., для чего машина вполне подходит. Но выяснилось, что заказчики не готовы переплачивать за оперативное производство 1 тыс. экз. Им проще заказать 5 тыс. и держать их на складе, пока не устареют.

Месяца через четыре после установки DI мы поняли, что необходимо что-то делать, было принято решение купить еще малоформатную четырехкрасочную Heidelberg GTO 52-4. Все сразу стало хорошо: планы по увеличению объемов производства были к концу года выполнены. Мы почувствовали себя очень уверенно на нижегородском рынке, заняли свою нишу. Печатали, в основном, листовую рекламно-коммерческую продукцию и оставались лидерами на рынке малотиражной продукции.

Сейчас для многих клиентов «Алтэкс» — своего рода «скорая помощь», когда нужно сделать тираж за сутки. Мы работаем 24 ч и, имея Quickmaster, можем помочь.

ГАРТ: Но на достигнутых успехах вы не остановились?

Е. Б.: Нет. Мы решили попробовать себя в печати журналов. Необходимое постпечатное оборудование у нас для этого было. Старт нам дал один нижегородский бизнес-журнал. Заказчика устроило все: и сроки, и качество. Постепенно появились заказчики из Казани, Москвы. Стало понятно, что необходимы дополнительные печатные мощности. И мы приобрели уже Heidelberg Speedmaster 52-4.

ГАРТ: Когда его установили?

Е. Б.: В декабре 2004 г. С того времени число журналов, которые мы печатаем, увеличилось до 12. Печатаем тиражи от 1,5 до 10 тыс. экз. Мы очень довольны новым приобретением и не собираемся на этом останавливаться.

ГАРТ: Интересно, и в Нижнем, и в Казани есть типографии с полуформатными машинами, в которых отпечатать журнал в 10 тыс. экз. будет стоить дешевле, чем у вас. Как вам удастся привлечь таких клиентов?

Е. Б.: За счет того, что мы всегда укладываемся в срок. Средние типографии, о которых Вы говорите, часто сроки не выдерживают, а издателям всегда нужно срочно. Условия, которые мы предлагаем, достаточно конкурентные. Так нам удалось за полгода загрузить Speedmaster при круглосуточной работе на 80–85%.

ГАРТ: Но тогда это, видимо, не только журналы?

Е. Б.: Да, не только. Журнальная загрузка составляет сегодня около трети объема производства типографии.

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ
БУМАЖНАЯ ФАБРИКА ГОЗНАК**

предлагает

высококачественные чистоцеллюлозные бумаги:

МЕЛОВАННЫЕ
произведенные из экологически чистого сырья по безхлорной технологии:

- мелованную, массой: 200-250 гр/м²
- двухстороннюю мелованную, массой: 120-170, 180-190, 200-240, 250 гр/м²

ТИСНЕННЫЕ
с тиснением под "Холст"
"Лен", "Кожу", "Дерево",
"Яичную скорлупу",
массой от 200 до 280 гр/м².

г. Санкт - Петербург,
наб. р. Фонтанки, 144
www.goznak.spb.ru

мелкооптовые продажи: (812) 331-78-81
крупнооптовые продажи: (812) 331-78-52
e-mail: marketing@goznak.spb.ru

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**
НА «БУМАЖНЫЕ»
**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

ГАРТ: Елена, Нижний — большой город, но заказчиков печатной продукции для вас здесь все-таки недостаточно? Приходится искать в других регионах?

Е. Б.: Население нашего города сегодня около 2,5 млн. У нас исторически много предприятий военно-промышленного комплекса, когда началась перестройка, большинство из них прекратило свою деятельность. Сегодня начинает развиваться малый бизнес, но это чаще всего не производство, а перепродажа товаров.

На нижегородский рынок приходят московские и международные компании, которые до некоторого момента централизованно получали всю необходимую печатную продукцию из Москвы и только недавно стали печатать ее здесь. В городе открываются новые торговые центры, появляются новые журналы. Рынок, конечно, растет, но растут и мощности нижегородских типографий.

У нас есть крупные клиенты из Нижнего, но и для нас, и других небольших и средних типографий их заказы составляют лишь около половины загрузки. Остальные — заказчики из соседних областей и Москвы. В составе группы «Алтэкс» есть собственная транспортная компания — для нас и наших клиентов из регионов это очень удобно.

ГАРТ: Но как вы находите заказчиков, скажем, в Кирове? Там ведь есть свои типографии?

Е. Б.: Не могу сказать, что это просто. Мы используем традиционные маркетинговые способы. Делаем рассылки, звоним потенциальным клиентам. При необходимости выезжаем к заказчику. У нас есть опыт работы и заслуженный имидж «высококачественной типографии».

ГАРТ: С допечатной подготовкой справляетесь сами?

Е. Б.: Да, конечно. У нас есть собственная студия дизайна

и допечатной подготовки, созданная более десяти лет назад. Сначала в ней работало всего три человека, сегодня трудятся одиннадцать. Основная их работа — дизайн, а также доработка и исправление ошибок в макетах заказчиков. У нас есть и корректоры, так необходимые в журнальном производстве.

ГАРТ: А фотовывода нет?

Е. Б.: Сегодня в нем нет необходимости. Мы в течение получаса выводим пленки «на стороне».

ГАРТ: А как у вас дела на рынке цифровой печати?

Е. Б.: Очень хорошо. Конкуренентов с такой сетью салонов в Нижнем Новгороде нет. У нас колоссальный, по российским меркам, опыт. Клиенты уже привыкли. Буквально ходят к «своему» дизайнеру, мы стараемся использовать индивидуальный подход к каждому. Очень много заказов мы принимаем по интернету.

ГАРТ: Мы беседуем в большом помещении в самом центре Нижнего, накладно содержать подобный офис?

Е. Б.: Мы стараемся выбирать местоположение для своих салонов в деловом центре города. Так, чтобы было удобно и частным лицам, и корпоративным заказчикам. Площадь этого центра 280 м². Пока помещение в аренде, но мы предполагаем его выкупить. У «Алтэкса» рядом уже в собственности еще два помещения.

ГАРТ: Развивать мощности по цифровой печати не собираетесь?

Е. Б.: Пока — нет. Со временем купим более новую модель для замены DC 2045, но для нас сегодня важнее развитие офсетного производства. Планируем поменять нашу ГТО 52-4 на четырехкрасочный полуформатный Speedmaster 74-4. Разрабатываем новый инвестиционный проект.



ЧИСТОТА ЦВЕТА!

xsys

Print Solutions

о ф с е т н ы е к р а с к и

Расходные материалы для полиграфии



МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 92-3714
СИБИРЬ
Тел.: (383) 212-0124, 212-0125

УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267
ЮГ
Тел.: (8632) 52-6704, 58-9778
УКРАИНА
Тел.: +380 (44) 212-2619
КАЗАХСТАН
Тел.: (3272) 98-0154, 66-3725



**Дмитрий
ПУПИН**
«РАША»
(Владимир)
Руководитель

ГАРТ: Дмитрий, ваша компания пару лет назад внезапно вышла на рынок спирали для календарей и канцелярской продукции. По крайней мере для основных конкурентов, это стало полной неожиданностью.

Д. П.: Я просто прочитал в вашем журнале интервью двух отечественных производителей спирали, где они говорили о высокой ставке выхода на этот рынок, и задумался. Съездил в Англию, потом в Корею. Стало ясно, что на нашем рынке можно работать с вполне нормальной прибылью и без огромных начальных инвестиций, но только в том случае, если выпускать высококачественную спираль. Можно было купить китайское оборудование для формирования спирали за 15 тыс. долл. и делать «кривую пружину», но мы пошли другим путем. Заказали качественное оборудование в Корее и усовершенствовали его.

Первый «форминг» купили, отказавшись только от одной опции — ее мы сделали здесь. А для четвертого приобрели лишь комплект запчастей на 12,5 тыс. долл. Остальное все сделали сами. У нас работают прекрасные конструкторы и наладчики. Они же разработали узел для поддержания постоянного шага спирали, у многих производителей спирали его нет. Год экспериментировали, и в результате у нас работают пять «формингов» спиралей. На сегодня выпускаем самую высококачественную продукцию, и у нас самый широкий среди российских производителей спирали ассортимент размеров.

ГАРТ: Качество спирали — вопрос, который непрерывно обсуждается на многочисленных полиграфических форумах. Одна не идет в этом автомате, другая — в том...

Д. П.: Конечно, конкуренты говорят моим клиентам: да что он там может сделать в своей Владимирской области на «полусамодельном» оборудовании?! Но факт — мы поставляем спираль крупнейшим ее потребителям, у которых установлено самое современное немецкое автоматическое оборудо-

дование. И наша спираль на нем «идет», а спираль конкурентов — нет.

Владимир всегда был городом закрытых предприятий. Они сегодня ничего не производят, но возможности у них хорошие, и Кулибиных очень много. Могу привести пример: мы делаем спираль из недорогой китайской проволоки. Из-за того, что она более жесткая, на одной из деталей корейского производства стал ломаться «лепесток». Мы заказали новую деталь на здешнем заводе. Нам ее сделали из вольфрамового сплава и в десять раз дешевле оригинальной. Теперь работает без проблем.

ГАРТ: Вы ведь занимались бумажно-беловой продукцией?

Д. П.: Все начиналось вообще с верстки и дизайна — по образованию я программист. В конце 90-х гг. занимались всем: от производства газет до печати этикеток. Постепенно переключились на торговлю канцелярскими товарами. Очень успешным стал проект в 1997 г. с фасовкой канцелярских скрепок и кнопок. Можно было приехать на крупнейший металлургический комбинат, купить со скидкой 60% его векселя, перейти через дорогу и обменять их на «продукцию ТНП» — скрепки и кнопки. Официальная их цена была 7,40 руб/кг, а нам они доставались с 60% скидкой. Конкуренты в те времена только прямую проволоку покупали на условиях предоплаты по 6 руб/кг. Канцелярщики никак не могли понять, за счет чего нам удастся предлагать скрепки-кнопки по такой низкой цене. Бизнес был суперприбыльный. Правда, недолго.

Сейчас занимаемся производством всех видов бумажно-беловой продукции. Сами печатаем, сами собираем.

ГАРТ: И как жизнь на этом рынке?

Д. П.: Сегодня в бумажно-беловом производстве серьезный кризис. Некоторые крупнейшие производители тетрадей переживают не самые лучшие времена.

О перспективах развития рынка четыре года назад некоторые не задумывались и активно покупали в Европе новые линии. А между тем, число учащихся начальной школы в ближайшие три года сократится в два раза. Например, только одна из бумажных фабрик купила в 1999–2002 гг. четыре высокопроизводительные линии. Их суммарная производительность составляла 40 млн общих тетрадей в месяц и перекрывала потребности российского рынка, общее потребление которого было тогда не больше 30 млн.

Представьте себе, в этом году сезон только начался, а два крупных производителя тетрадей уже стали распродавать свои новые автоматические линии в три–четыре раза дешевле, чем они их покупали. Лишь бы вернуть хоть какие-то деньги. Я, кстати, собираюсь купить одну линию.

ГАРТ: Она должна увеличить ваши производственные мощности, ведь на сегодняшний день тетради у вас собираются в основном вручную?

Д. П.: Она еще и увеличит себестоимость производства. Ведь зарплаты во Владимирской области не самые высокие.

Мы используем китайскую проволоку, а конкуренты европейскую. Помещения свои, зарплаты невысокие. И при всем этом в прошлом году меня один из московских производителей спирали пытался «задавить ценой». Предложил клиенту цену, при которой он оставался на грани себестоимости, но мы-то при этой цене все еще зарабатывали очень хорошие деньги. Чисто московский, глупый подход — «деньгами всех задавим»

ГАРТ: Повысится производительность и сократится необходимость в больших производственных площадях, а почему себестоимость-то увеличится?

Д. П.: Ну, высокая производительность, как я уже сказал, сегодня не очень нужна — рынок сокращается. Что касается площадей, то мы чуть больше года назад купили комплекс зданий общей площадью 7 тыс. м². У нас сегодня простаивают целые корпуса.

Что касается себестоимости, то во Владимирской области намного проще платить нормальную по местным меркам зарплату квалифицированным сотрудникам, чем покупать новое, автоматизированное оборудование. При том, что на линии всегда будут отходы, а при ручной сборке их нет.

ГАРТ: А дорого обошлись здания?

Д. П.: Это все-таки не Владимир — до него 10 км. Здания обошлись по 30 долл. за м². Нам просто в очередной раз пришлось переезжать с арендованных площадей на новое место в связи со сменой владельцев. Решили — хватит, нужно обзаводиться своим зданием.

ГАРТ: По московским меркам, здания вам обошлись практически бесplatно...

Д. П.: Да. А потом клиенты задают вопрос: «А почему у вас такие низкие цены на спираль? Видимо, что-то не то». Мы выпускаем параллельно пять размеров спирали, а те, у кого одна машина, делают один определенный размер спирали и вынуждены держать на складе весь ассортимент, замораживая оборотные средства. Мы используем китайскую проволоку, а конкуренты европейскую, которая почти в два раза дороже. Помещения свои, зарплаты невысокие. И при всем этом в прошлом году меня один из московских производителей спирали для календарей пытался «задавить ценой». Предложил клиенту цену, при которой он оставался на грани себестоимости, но мы-то при этой цене все еще зарабатывали хорошие деньги. Чисто московский, глупый подход — «деньгами всех задавим».

У нас в этом году производство с трудом справляется со всеми заказами. Когда мне говорят, что конкуренты предлагают более выгодные условия — я только радуюсь. Видимо, им продукцию некуда девать. Кстати, насколько мне известно, с выходом на этот рынок мы остановили большой проект итальянских производителей канцтоваров, которые планировали наладить в России крупнейшее производство спирали.

ГАРТ: То есть у вас все хорошо?

Д. П.: Если говорить о проблемах, то для нас это кадры и инвестиции. С одной стороны, разместить объявление, и на завтра стоит очередь людей, которые готовы работать за 3 тыс. руб. в месяц. Но хорошие специалисты из Владимира поедут сюда за другие деньги. А что касается владимирских банков, то когда заходит разговор о кредите, ставка оказывается намного выше, чем стандартная по Москве.

ГАРТ: А какие у вас планы по дальнейшему развитию?

Д. П.: Необходимо использовать основное наше преимущество — цены. У нас все дешевле, чем во Владимире, и многократно дешевле, чем в Москве. Площади есть — надо создавать большое производство.

Сейчас в любом секторе конкуренция очень высока. И в производстве газетной продукции, и в упаковке. Даже в узкоулученной печати этикеток. Все «рубятся» по ценам... Но есть сегменты, где поспокойнее. Есть у нас небольшой проект — мы решили заняться цифровой печатью. Но не купить «недорогой DC 12», которых в городе уже шесть и еще несколько машин в других городах области. Я увидел нишу — наружная реклама. Во Владимире уже более четырехсот щитов размером 3х6 м. При этом все баннеры печатаются в Москве. Мы решили купить струйный принтер с шириной печати 3,2 м. Он обойдется нам в 43 тыс. долл. Попробуем, может, успеем захватить свою долю рынка.

ГАРТ: Но практически весь рынок региональной наружной рекламы принадлежит московским операторам. С ними местному производителю будет не так просто договориться...

Д. П.: Да, у нас еще и местные операторы есть. Но мы не планируем захватить весь рынок, нас 20% устроит. Есть еще прилегающие «фрагменты» Московской и Нижегородской областей. Есть еще и тенты грузовых машин, пивные павильоны и пр. Применений много.

ГАРТ: А что насчет большого проекта?

Д. П.: Сегодня стоит выбор между производством самоклеящейся бумаги и мелованием картона. И основа, и подложка, и нужный клей для самоклеянки уже производятся в России. Идея мелования российского картона тоже лежит на поверхности.

ГАРТ: Самоклеянка сегодня — один из самых интересных рынков. Но выйти на него не очень просто.

Д. П.: Нам не нужна очень большая доля. Достаточно будет 5%. Кстати, когда мы принимали решение заняться производством спирали, рассчитывали исключительно на своих коллег — производителей канцелярской продукции. В результате они очень «прохладно» отнеслись к этому, но мы нашли поддержку у типографий, выпускающих календарную продукцию. После этого и канцелярщики подтянулись. Рассчитывали так, а получилось по-другому. Посмотрим, что получится с самоклеялкой.

**СДЕЛАЙТЕ
ВАШИ ОТНОШЕНИЯ
С КЛИЕНТАМИ
И ПАРТНЕРАМИ**

ТЕПЛЕЕ



**И
БЛИЖЕ!**

**ОРИГИНАЛЬНЫЕ И ТРАДИЦИОННЫЕ
СУВЕНИРЫ
для
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



Японские стереотипы

Наверное уже понятно, что главный редактор ГАРТ побывал в июле в Японии. Компания «Апостроф-Принт» и ее партнеры из фирм Horizon, Ryobi и Screen организовали тур для представителей типографий и полиграфической прессы на заводы японских производителей оборудования. Мне кажется, что о Японии нельзя рассказывать в стиле: посетили завод №25, а завод №36 делает валы для печатных машин, а 37-й — вообще ничего не делает. Это просто другая страна. Не Россия и не Германия. Так что придется рассказывать не только о региональной полиграфии.



РЕГИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

Есть стереотип — все знают, что японская кухня — это суши, мису-суп, темпура и пельмени. По крайней мере у меня, до посещения Японии мнение было именно такое. Что же, придется

рассказать всю правду... Я больше не ем японскую еду в Москве, причем не потому, что не люблю ее. Просто настоящая японская кухня, которую я попробовал «там», радикально отличается от того, что подают здесь, даже в самых дорогих ресторанах. Описать словами то, чем нас кормили на официальных ужинах, нельзя. Можно сказать, что это совсем не суши. Ну а стоит одно блюдо может столько, сколько стоит целый ужин в московском «японском» ресторане.

Правда, подают в Японии гребешков и крабов, выловленных, скорее всего, в наших территориальных водах, а мраморную говядину в большом количестве импортируют из Аргентины, но из этих ингредиентов получается настоящая японская еда. Я очень хотел посетить в последний день пребывания знаменитый токийский рыбный рынок, но он, к сожалению, по воскресеньям не работает. Видимо, у японцев есть свежую рыбу в воскресенье на ужин не принято.

Еду в Японии можно найти и по средствам. Именно в таких ресторанах и едят большинство японцев. Лапша плюс некоторые ингредиенты. Есть и местные «Макдональдсы», но «такое» можно найти и у нас.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ВЕЖЛИВОСТЬ

Это никакой не стереотип, а чистая правда. И не важно, покупаешь ли ты что-то в магазине, приходишь в ресторан или заходишь в метро. Необходимо быть очень внимательным. Два слова, которые я знал по-японски: «арегато» и «арегато гозаймас». По-нашему — «спасибо» и «большое спасибо». Эти слова необходимо непре-



рывно произносить, находясь в этой стране. Обратите внимание на выражение лица японской девушки. Это не то, что вы подумали. Просто официантку попросили сфотографироваться с нашим полиграфистом, и она кланяется фотоаппарату: «Арегато!»

После возвращения из Японии я еще некоторое время, когда просил что-то у кого-то, немного приседал и наклонял голову: «Господин бомбила, пожалуйста, отвезите меня в Сокольники». А когда приехал домой, то первым делом спросил, где заказанная жареная картошка, по привычке приседаю и наклоняю голову.

Кстати, они там в Японии не берут «на чай». Приходится перемещаться с полными карманами мелочи. Ничего не поделаешь, такая страна.



РЕГИОНАЛЬНАЯ ВОДКА

Все в Японии начинается, конечно, с пива, но каждый россиянин, видимо, знает, что местная водка в Японии — сакэ. Крепкого сакэ, о котором мне много рассказывали, найти не удалось. Возможно, где-то оно и есть. Но мы, видимо, посещали те места, где оно совсем некрепкое. Поэтому графинчики с сакэ официантам приходилось подносить постоянно. Но для любителей напитков покрепче можно было найти вполне достойный местный вис-

ки. Вкупе с приобретенными на вылете в Москве хорошими кубинскими сигарами этот напиток неплох. К вкусу местного пива быстро привыкаешь так, что по возвращению к производящимся в России «премиумным» немецким сортам требуется некоторый период адаптации.

Очень странно то, что алкоголь в токийском магазине стоит практически столько же, сколько в московском duty free. И не только напитки локального производства, но и самые разные виски и коньяки, которые, по идее, привозят из Европы.

Когда заходишь в небольшой алкогольный ларек где-нибудь в японской деревне, его владельцы начинают сильно нервничать: «какой-то неаппетитного вида человек что-то ищет, сам не знает что, моя-твоя не понимаю». И только после того, как выбираешь пару бутылок и достаешь деньги, успокаиваются и непрерывное «арегато», как и везде.

Вообще, Япония — полиграфическая с точки зрения алкоголя страна. Один из наших даже ухитрился в девять утра вместо воды в автомате купить сакэ. Так получилось. Нет, он хотел именно воду, но в Киото не все ав-

томаты снабжены надписями на английском, да и английский — не самый простой язык для некоторых наших полиграфистов. А зря.

В местных ресторанах мы встречали странные компании. После долгих выяснений оказывалось, что это просто молодежь из соседнего офиса вышла расслабиться после трудового рабочего дня. Устраивают они такие вечера два-три раза в неделю. Веселятся по полной программе. Мы думали, что это нанятые «шоу-группы», заводящие аудиторию. А на самом деле — просто уставшие от работы клерки, которые немного перебрали. Что интересно, к российским полиграфистам у них очень теплые чувства.



РЕГИОНАЛЬНАЯ КОМПАНИЯ

Хотелось бы поблагодарить принимающую сторону, а также поставщиков оборудования, организовавших очень интересную поездку. Отдельное спасибо за компанию представителям типографий из Воронежа, Самары, Москвы и СПб. В последний вечер пребывания в Японии после посещения всех производств, которых в насыщенной программе визита было достаточно много, редакция ГАРТ организовала небольшой круглый, правда он был квадратным, стол. Но не смотря на это, и не поддаваясь на провокации, представители российских типографий были тверды: «оборудование японских фирм, заводы которых мы

MULTIPACK™



www.bereg.net

наш картон
жестче!!!

115201, Москва, 2-й Варшавский проезд 6, телефон: (095) 232 2610
191186, С.-Петербург, Б. Конюшенная 29, телефон: (812) 329 9191
... и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ



посетили, дает возможность нам зарабатывать в России нормальные деньги». Я с интересом узнал, что упаковку можно вообще печатать на малоформатной машине Ryobi. Просто есть много разных ниш. Хорошо, что мы не послали гонца от квадратного стола в близлежащий магазин. Удалось обсудить много интересных проблем. Еще раз, спасибо за компанию.



РЕГИОНАЛЬНАЯ ТИПОГРАФИЯ

Надо немного рассказать и о региональной полиграфии. Про японские типографии не все понятно. Мы посетили только два полиграфических предприятия, поэтому обобщать, видимо, не стоит. Первой была средняя, по европейским меркам, типография в Токио, специализирующаяся на производстве самой различной рекламно-коммерческой продукции.

В типографии работают десять печатных машин. Начиная с малоформатных и заканчивая десятикрасочной моделью полного формата ведущего немецкого производителя. Есть многокрасочные машины Ryobi разных форматов, есть машины и других производителей.

Главная специфика или этой типографии, или японской полиграфии вообще — очень малые тиражи. В прайс-листе цены на 100, 150, 200... ЭКЗЕМПЛЯРОВ! Причем печатается вся продукция офсетным способом, несмотря на имеющиеся в наличии вполне приличные цифровые печатные машины. Они используются только для заказов с персонализацией.

Какая из московских офсетных типографий примет заказ на 150 экз. плаката формата А2! Конечно, некоторые примут, но цену все равно предложат как за тираж 500 экз. После консультаций с представителями российских типографий оказалось, что цены у японцев на нормальные, по нашим меркам, тиражи в 1 тыс. А3 4+4 такие же, как и в России. И это при условии, что средняя заработная плата в Японии 3–5 тыс. долл. То есть

печатнику там надо платить столько, сколько в России директору хорошей типографии. Вот так!

Тиражи маленькие, но заказов очень много. И для того, чтобы изготавливать формы используются ПЯТЬ (!) термальных систем СТР фирмы Screen. И в ближайшее время их количество еще увеличится, потому что загрузка очень высокая.

Послепечатного оборудования тоже очень много. Все делают сами, не прибегая к кооперации. Прямо какой-то российский подход получается!

ВОТ ТАКИЕ МЕЛКИЕ ТИРАЖИ



ЕДИНАЯ СИСТЕМА ПОДАЧИ КРАСКИ НА ВСЕ МАШИНЫ



А ЭТА МАШИНА КЛЕИТ АКТУАЛЬНЫЕ ДЛЯ РЕГИОНА ВЕЕРА



ЦАРСТВО СТР-СИСТЕМ



РЕГИОНАЛЬНАЯ КООПЕРАЦИЯ

Нет, хваленая японская кооперация в японской полиграфии все-таки есть. Мы поняли это, посетив небольшое полиграфическое предприятие, расположенное среди рисовых полей и огородов в небольшой деревушке недалеко от Киото. Два ангара просто напичканы послепечатным оборудованием фирмы Horizon. Предприятие занимается только отделочными операциями. Работает с тремястами постоянными клиентами. По всей видимости, это типографии, которые не имеют собственных линий для подборки и скрепления брошюр, а также фальцевальных машин, способных делать много сгибов. Подавляющее большинство заказов напечатаны на однокрасочных машинах. Тиражи маленькие — 200–300 экз. Но при таком тираже объем брошюры может быть несколько сотен страниц. У типографии есть собственный автопарк.

Мы продолжим рассказ о Японии в следующем номере ГАРТ. Впереди репортаж с японских заводов.

ПОДБОРКА В БОЛЬШОМ ОБЪЕМЕ



БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО УСТРОЙСТВ ДЛЯ СКРЕПЛЕНИЯ



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. Электровзводская
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



Комплекс услуг для полиграфического процесса.

Производственный центр компании «Гейдельберг СНГ»: обработка офсетной резины, трафаретных сеток и полотен для автоматической смывки печатных машин под заказ.

Автоматическая Станция Смешения красок: исполнение рецептов любой сложности при удобной системе заказа. Мы гарантируем высокую стабильность и производительность при смешении красок в любых количествах. В работу принимаются известные цвета системы Pantone, а также производится подбор цвета на основании оригинальных оттисков и образцов бумаги, предоставляемых клиентом.

Стабильно высокое качество и индивидуальный подход к каждому.

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

Станция Смешения красок/Производственный Центр:
Россия, 127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2
Тел.: (095) 775 80 20 доб. 311
E-mail: HD-CIS@heidelberg.com
www.heidelberg.ru

Выберите ближайший офис продаж на www.heidelberg.ru

HEIDELBERG