

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НОМЕР 7 (85) ■ 2007

МЕЖДУ-
НАРОДНАЯ
ПАНОРАМА

с. 21



ЦЕЛИНА

В НОМЕРЕ:

КТО КАК УМЕЕТ	3
ЗНАКОМСТВО С КОМОРИ	11
БУМАЖНАЯ ФАБРИКА	13
ПОДАРКИ ОТ HEIDELBERG	14
ЗАВОД ТЕТРА ПАК	15
КОЛОНКА ЗАХАРЖЕВСКОГО	16
САМАЯ-САМАЯ	20

**Полиграфия —
она не похожа
ни на торговлю зер-
новыми, ни на неф-
тяную отрасль.
Скорее, на такси**

А. Романов (с. 3)

**Мы организовали
регулярные рейсы
микроавтобуса
с одной площадки
на другую**

М. Аппалонов (с. 5)

**Основная проблема
даже не в географи-
ческом положении,
а в том, что здание
трехэтажное —
ни расширить,
ни достроить**

С. Фомкин (с. 8)



**Михаил
АППАЛОНОВ**
«Линия График»
Генеральный
директор

ГАРТ: Михаил, у нас возникла идея сделать региональный номер «подмосковным» — в последнее время только и приходится слышать о переводе московских полиграфических производств за МКАД. У «Линейки» ведь теперь тоже две территории?

М. А.: Да, два года назад мы приобрели комплекс сооружений в Котельниках. Начали задумываться об этом гораздо раньше, году в 2003-м. Были промежуточные варианты аренды, но со временем стало ясно, что необходимо приобретать что-то свое.

ГАРТ: Все в собственности?

М. А.: Строения — уже да, в настоящий момент идет оформление собственности на землю. Параллельно занимаемся ремонтом. Здания достаточно «древние», поэтому требуется определенная реконструкция.

(Продолжение на с. 4)



**Сергей
ФОМКИН**
2Print
Генеральный
директор

ГАРТ: Сергей, в этом номере мы беседуем о подмосковной полиграфии. Точнее о том, что многие компании просто вынуждены покидать столицу из-за сложившейся ситуации. Вам ведь тоже есть что рассказать?

С. Ф.: Да, только, в отличие от многих типографий, мы немного раньше об этом задумались и разместили производство за МКАД. Приобрели здание в Солнцево в 1996 г. и долго его перестраивали — заливали полы, делали систему кондиционирования... Изначально, уже на этом этапе, мы поставили высокую планку. Думаю, мы были в числе первых, кому пришлось через это пройти.

ГАРТ: Но ведь от офиса до типографии минут сорок езды. Как же вы работаете?

С. Ф.: Вот так и работаем.

(Продолжение на с. 8)

мелованная бумага из Китая

PRO
MEGA
COAT



Комус
П С Б К

Москва	(495) 729-54-64
Санкт-Петербург	(812) 325-51-21
Екатеринбург	(343) 377-73-93
Новосибирск	(3832) 27-66-84
Казань	(843) 518-54-54

Нижний Новгород	(8312) 69-37-28
Самара	(8462) 70-75-10
Омск	(3812) 40-17-78
Краснодар	(861) 274-62-48
Челябинск	(351) 799-20-55

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**Ведущий редактор:** Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru**Адрес редакции:**

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (495) 725 6001**Подписано в печать:** 28.09.2007**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 2575**Печать** офсетная. Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2007

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства. За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**КТО КАК УМЕЕТ**

Не совсем та поднятая целина, что по Шолохову и не Целина, о которой писали книгу для Брежнева. У нас в полиграфии она своя, но осваивать новые земли и пахать здесь тоже приходится. И кто как умеет, тот так свой хлеб и зарабатывает.

Кстати, рост цен на пшеницу в этом году — просто сумасшедший. Честно, было бы интересно поговорить с трейдерами. С теми, кто этой пшеницей торгует. Ну, перенесем этот разговор на следующий номер. Правда, если даже все получится, придется, видимо, опять рисовать серый квадрат вместо фотографии. Бизнес у них такой.

Мы тут, типа, тоже занимаемся чем-то похожим на бизнес, но соответствующие деньги получаются только у нормальных типографий. Потому что полиграфия — она не похожа ни на торговлю зерновыми, ни на нефтяную отрасль. Скорее, на такси. В смысле, на людей, которые «бомбят», занимаются частным извозом. Я вот, например, уже четыре года каждый день и семь дней в неделю добираюсь с их помощью из дома на работу и обратно. Лень 20 минут идти пешком. «Сокольники-Преображенка, 50 рублей», — предупреждаю сразу. Хотя это совсем рядом, некоторые водители, которые не ориентируются в Москве, начинают нервничать и пытаются поднять цену в два раза. Но есть и те, которые, услышав про полтинник, готовы ехать куда угодно, даже если не совсем понимают, как туда добраться. Как вы понимаете, это люди, которые живут в Москве недавно. Ночью едет первая тачка. Днем — первая-вторая-третья.

Почему-то вдруг вспомнились рекламные агентства, которые «строят» постоянных подрядчиков. А те, вроде бы, и понимают, что надо что-то менять, но не меняют — просто потому что привыкли.

Если говорить о бомбилах, то года четыре назад я, честно говоря, переплачивал. Ну, эта сумма была, возможно, несколько выше, чем реальная цена услуги. Теперь, мне кажется, она соот-

ветствует рыночной тенденции, а может быть, и вовсе меньше, чем следовало бы.

Так вот, возвращаясь к полиграфии. На мой взгляд, все идеи про то, что есть переизбыток производственных полиграфических мощностей, истине не соответствуют. Есть просто дефицит экономически-эффективных предприятий. Остальные, извините, «бомбят» за 50 рублей, не задумываясь о себестоимости. Вот мы и решили поговорить с двумя из числа тех, которые в дефиците.

Ну, и в заключение про законодательные инициативы. У нас теперь опять будет, видимо, свое министерство, а не какое-то там агентство. В целях борьбы с контрафактом, возможно, введут лицензии на производство полиграфической продукции и издательскую деятельность. Все возвращается. То есть каждый цветной МФУ, которых сегодня многократно больше, чем десять лет назад, нужно будет, видимо, регистрировать в милиции, а право на создание своего сайта в интернете — в министерстве. СМИ, однако. По крайней мере — потенциально...

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ:

ГАРТ № 8-2007:
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

ГАРТ № 9-2007:
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

ГАРТ № 10-2007:
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ

ГАРТ № 11-2007:
КАДРЫ

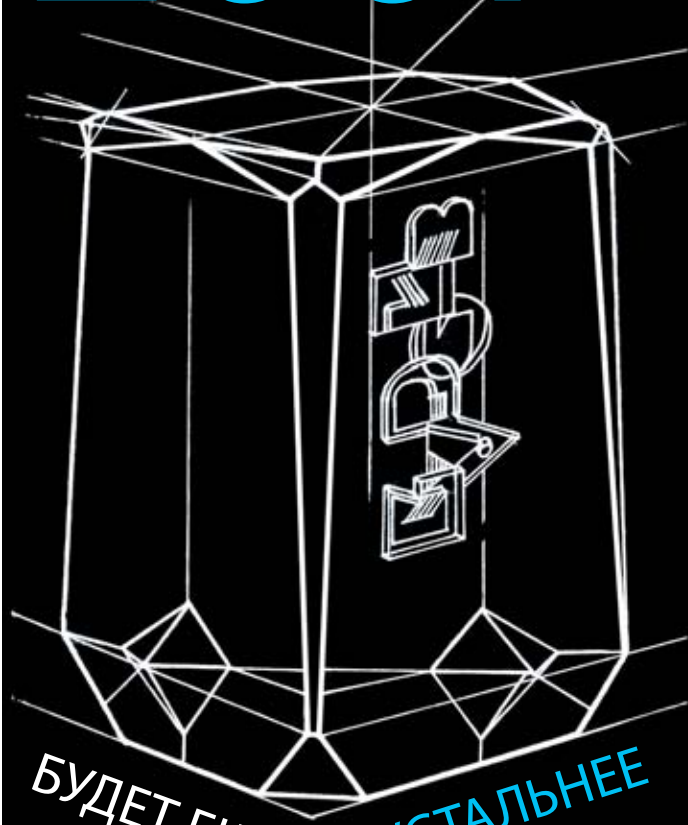


Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»



Бумага мелованная матовая
Galerie Art silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

МАРЗАН 2007



БУДЕТ ЕЩЕ ХРУСТАЛЬНЕЕ

Объявляется открытие
восьмого сезона конкурса
«ХРУСТАЛЬНЫЙ МАРЗАН»

- 14 номинаций
- Расширенное жюри профессионалов
- Изменения в составе номинаций
- Двухступенчатое голосование

ВПЕРВЫЕ:
■ Выбор интернета

www.marzan.ru

Организатор конкурса — Издательство Курсив

Михаил АППАЛОНОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

Зато все в одном уровне. Это удобно. Мы уже залили хорошие полы в двух цехах. Практически построено здание газовой котельной.

Но 6 тыс. м² — площади немалые. Реально, чтобы довести все до ума, необходимо не менее 700 долл. на квадратный метр.

ГАРТ: Это слишком много!

М. А.: Да нет, немного. С учетом надстройки второго этажа и практически полной перестройки склада дешевле не получается.

На сегодняшний момент один только утвержденный проект, включая все чертежи, коммуникации и т. п. обойдется в очень существенные деньги.

Тем не менее, выбирать из Москвы в «условно недорогое» Подмосковье все равно было надо. Тем более, что это место находится не так далеко от основной территории. В нормальное время минут 10–15 на машине — и уже там. Практически без пробок.

ГАРТ: В Котельниках у вас пока только отделочное оборудование? Офсетные машины или трафарет не планируете перевозить?

М. А.: Офсетную печать перевозить не планируем. Можно было бы вывезти трафарет, но у нас очень много работ, где используются, скажем, белила на пластике, а потом офсетная печать. Возить туда-сюда нет особого смысла.

Удобнее отправлять уже полностью отпечатанную продукцию в листах и существенно экономить на складских расходах. А так — вырубка, фальцовка, склейка.

Недавно приобрели самую современную двухсекционную автоматическую машину для высечки, фирмы (censored) и линию Polar 137, а собираемся еще фальцевальную машину Stahl и линию ВШРА.

ГАРТ: Новые?

М. А.: Да. Проблема с тем же самым ВШРА в том, что неновые машины не обеспечивают необходимой производительности.

ГАРТ: Михаил, но можно же найти и приличные... Или

Необходимость автоматизации плавно вытекает именно из подорожания московского рынка рабочей силы. Можно найти людей на не самые высокие зарплаты, но это и будут не самые лучшие сотрудники

проблема в скорости переналадки?

М. А.: Нет. Именно в производительности. Наши имеющиеся не могут сделать больше 6 тыс. брошюр в час. Новое устройство фирмы (censored) будет делать 10 тыс. шт. Плюс опции автоматизации, которые существенно сократят время на приладку. Потенциально.

Да и потом, ни для кого не секрет, что в нашей стране люди становятся слишком дорогими... Необходимость автоматизации плавно вытекает именно из подорожания московского рынка рабочей силы. Можно найти людей на не самые высокие зарплаты, но это и будут не самые лучшие сотрудники.

ГАРТ: А сколько человек работает на новой площадке и много ли среди них местных жителей?

М. А.: В среднем там трудится около 100 чел. Местных — очень мало. Года полтора назад было существенно больше, теперь — практически нет.

ГАРТ: То есть, на персонале сэкономить не удалось?

М. А.: Не удалось. Рядом с нашей площадкой располагается комплекс супермаркетов, теплицы одного крупного совхоза. Там потребность в сотрудниках весьма высока.

Мы же организовали регулярные рейсы микроавтобуса с одной площадки на другую. Не могу сказать, что это решает все проблемы, тем не менее, найден разумный выход из создавшейся ситуации. Легче искать сотрудников в Москве.

ГАРТ: Ну, здесь с этим тоже не все так просто...

М. А.: Вы правы, с рабочей силой сегодня очень плохо. Зарплаты высокие, производительность низкая. С одной стороны, нужно автоматизи-

роваться. С другой — у нас такие клиенты и такие заказы, что автоматизировать все мы просто не можем. И так приходится отдавать часть работ по кооперации, возить полуфабрикаты за 400 км от Москвы.

ГАРТ: Зачем же так далеко?

М. А.: Там делают качественно и существенно дешевле. Есть некоторые небольшие, но сложившиеся компании, которые специализируются на сборке и склейке полиграфической продукции.

Но многое, конечно, делаем и у себя, поэтому в сезон работников у нас бывает больше. Календари — важное для нас направление. Есть конкуренты, которые пошли по пути массового производства, у нас же заказы практически всегда нестандартные. Тем не менее, их много, и ручных операций там достаточно. В этом плане мало что меняется.

ГАРТ: Михаил, интересно, а во сколько раз вырос оборот «Линейки» с 2002 г.? Ведь этот год был в некотором смысле знаковым для индустрии...

М. А.: Я бы не стал называть его знаковым. Для нас, во всяком случае, он таким не являлся. Но наши печатные мощности с тех пор выросли в два раза. Естественно, оборот также вырос. Если обратиться к статистике, то только по офсетной печати реализация в летние месяцы 2007 г. была в два раза больше, чем в 2002-м.

Объемы увеличиваются за счет увеличения тиражности заказов. Скажем, есть клиенты, которым необходимо 2 млн листового формата. Раньше такое было редкостью. А теперь приходится даже отказываться от некоторых заказов — не успеваем с послепечатью. Хорошо, что площади в Котельниках позволяют рас-

ширение парка послепечатного оборудования. Думаю, в ближайшее время оно понадобится.

ГАРТ: Так много упаковки?

М. А.: На самом деле, процентов десять. Причем много парфюмерной, на специальных материалах. Но есть и рекламная продукция, заказы на те же упаковки для SIM-карт. И тиражи периодически — миллионные.

ГАРТ: Михаил, а число заказчиков с 2002 г. увеличилось?

М. А.: Я думаю, нет. Но существенно увеличились средняя цена и объем заказа. В два, а может, даже и в три раза. Есть много клиентов с тиражами, которые, вроде бы, должны печататься на рулонной машине, но из-за плотности бумаги, красочности или «хитрого» скрепления приходят к нам.

ГАРТ: Но заказчики же пытаются экономить?

М. А.: На этикетке и упаковке — конечно. Но на рек-



Rely on us.SM

Вы здесь? Мы с Вами!

В какой бы точке мира Вы ни находились, компания Flint Group всегда рядом с Вами, готова к выполнению Ваших пожеланий по расходным материалам для печати, изготовлению упаковки, пигментам. Мы своевременно предоставим Вам продукты высокого качества и высокопрофессиональный сервис из более, чем 140 отделений компании, расположенных на 5 континентах. Когда бы Вы ни нуждались в нас, где бы Вы ни были, лучшие решения для Вас всегда предоставят наши эксперты — представители лидирующего поставщика материалов для полиграфии и упаковочной индустрии

Flint Group: Краски и лаки для всех основных способов печати

Flint Group Printing Plates: Фотополимерные пластины, растворители и оборудование для изготовления форм для флексографии и высокой печати

Flint Group Pigments: Пигменты и дисперсии, добавки и лаки

XSYS Print Solutions: Краски для узкорулонной печати этикеток

лампной продукции клиентам важно выделиться.

ГАРТ: Еще два коротких вопроса. Сейчас очень многие обращают внимание на книжный сектор. Что Вы думаете об этом?

М. А.: Ситуация на этом рынке меняется. Уходят государственные предприятия. В последнее время некоторые коммерческие типографии действительно приобрели линии для производства книг. Но у нас нет таких объемов, поэтому мы переразмещаем заказы, и переплетное оборудование приобретать не планируем. По крайней мере, пока.

ГАРТ: Тем не менее, в цифровую печать вы уже «ввязались» не на шутку?

М. А.: Да, причем планы такие были давно. Я полагаю, что мы сделали правильный выбор.

ГАРТ: Никто не будет спорить с тем, что у ЦПМ, которую вы приобрели, очень высокое качество печати. Но

не проще ли было купить УФ SM 52–6 с лакировальной секцией?

М. А.: Speedmaster, безусловно, хорошая машина для определенных приложений. Но что делать, когда приходит клиент и говорит, что ему послезавтра нужен каталог 200 страниц тиражом ПЯТЬ экземпляров? А здесь все печатается в подбор, поэтому офсет уже не спасает. Только цифра.

ЛИНИЯ ФРЕЙДА



ЛИНИЯ РЕВОЛЮЦИИ



ЛИНИЯ ЭКОЛОГИИ



ЛИНИЯ ИСТОРИИ



ЦИФРОВЫЕ ФОКУСЫ

Для успешной конкуренции на рынке оперативной полиграфии необходимо проявить изобретательность и предложить клиентам нечто оригинальное. Видимо, именно это имели в виду организаторы «перформанса», который был дан 12 сентября на новой производственной площадке цифровой типографии Print UP по случаю приобретения цифровой печатной машины Xerox iGen3 и резального оборудования Heidelberg Polar 80 SE.

Салон оперативной печати Print UP появился в 2003 г. До этого компания на протяжении 10 лет являлась официальным дилером Xerox, а также предлагала услуги черно-белого копирования. В настоящее время Print UP оказывает полный комплекс услуг в области цифровой печати. Об этом рассказал на презентации генеральный директор Print UP Петр Гач.

После того, как представители Xerox и Heidelberg поздравили руководство типографии с удачным выбором, события приобрели неожиданный оборот. В зале появился фокусник. Его виртуозная работа не оставила равнодушным ни одного зрителя, а уж тем более участника шоу, представителя Xerox Дмитрия Мокина, из кармана которого поочередно исчезли стопка визиток, ключи от автомобиля и КПК.

После торжественного возвращения вещей владельцу была произведена демонстрационная печать с персонализацией и защитными элементами на Xerox iGen3 и резка отпечатанной продукции на Polar. Здесь все было честно, без фокусов.

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ПРОДАЖА • СЕРВИС

KONICA MINOLTA

HEIDELBERG

GLUNZ & JENSEN

POLAR
wohlenberg

stahl
Böttcher
Systeme

THERMER

TECHKON

BEIL
MAKING GERMANY

InitPress

(495) 204-4253
www.initpress.ru

info@initpress.ru

ПРИМЕЧАНИЕ РЕДАКЦИИ

Не пытайтесь искать поставщиков компании (censored). Это не название фирмы. Это просто «биип», который обычно скрывает где-нибудь в телетрансляциях часть звукоряда, не предназначенную для ушей зрителя. В ГАРТ оно маскирует названия компаний, которые не размещают в нашем издании рекламу.

ВЫГОДНОЕ КАЧЕСТВО

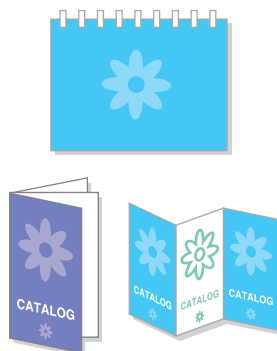


НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Идеальное сочетание цены и качества — основа прибыльного бизнеса. Более половины отпечатков в оперативной полиграфии выполняется на аппаратах Xerox. Теперь в эту работу включаются и аппараты серии **Xerox DocuColor 242/252** — новый стандарт отрасли.

Xerox Color. Бизнес выигрывает в цвете.

32-лучевой лазер, подача бумаги до 300 г/м² из лотка большой емкости, высокое разрешение, качество и скорость печати, точная передача цвета. Идеально качественные отпечатки — без проблем и вовремя.



Xerox DocuColor 242/252 позволяет получать готовую полиграфическую продукцию — календари, брошюры, листовки, визитки, флаеры и т.д. И при этом — значительно снизить себестоимость печати и обеспечить прибыльность вашего бизнеса.

XEROX®

www.xerox.ru

Technology | Document Management | Consulting Services

Представительства XEROX в России: **Москва:** пер. Огородная слобода, 5, тел.: (495) 956-43-50, факс: (495) 232-66-66. **Санкт-Петербург:** Выборгская наб., 61, бизнес-центр "Акватория", офис 204, тел.: (812) 325-29-44, факс: (812) 325-29-49. **Екатеринбург:** проспект Ленина, 5, офис 601-603, тел./факс: (343) 215-90-80, 215-90-81. **Новосибирск:** ул. Октябрьская, 34, блок "Г", тел./факс: (383) 275-85-10. **Владивосток:** проспект Столетия Владивостока, 103, Отель "Акфес-Сейко", офис 203, 204, тел./факс: (4232) 31-11-95. **Ростов-на-Дону:** ул. Ченцова, 95М, тел.: (863) 251-67-09.

Сергей ФОМКИН

(Продолжение. Начало на с. 1)

Если честно, у меня было другое предложение: построить здание во дворе на улице Дмитрия Ульянова, да и возможность такая была. Но обстоятельства сложились таким образом, что мы приобрели недвижимость чуть дальше от Москвы. Надо сказать, что основная проблема заключается даже не в географическом положении, а в том, что здание, где располагается типография, трехэтажное — ни расширить, ни достроить.

ГАРТ: А что, есть такая необходимость?

С. Ф.: Да, ведь помещается не все необходимое оборудование.

Сейчас у нас три машины: одно-, двух- и четырехкрасочная. Все полуформатные, фирмы (censored). Приходится тратить время на промежуточную сушку. Оперативность от этого, конечно, страдает.

Скорость выхода на тиражный оттиск у тех же Kotori, которые демонстрировались на Irex 2006 — всего 10 мин. Плюс, если это УФ, листы можно сразу отправлять на послепечатную обработку. Но эта шестикрасочная машина у нас не уместится ни при каких вариантах, а это была бы оптимальная конфигурация. Сейчас тиражи у нас небольшие, и они будут еще сокращаться. Ну, если не учитывать упаковку, которой мы не занимаемся.

ГАРТ: А шестикрасочную хотелось бы тоже полуформатную?

С. Ф.: Да, ведь заказов для полного формата у нас совсем немного.

ГАРТ: Сергей, а какова доля заказов с красочностью пять и больше?

С. Ф.: Честно говоря, их 90%. Бывают и четырехкрасочные, но с использованием различных смесевых красок и выборочного трафаретного лака.

ГАРТ: Если вспомнить 90-е, то вы были фактически единственными, кто умел печатать промышленными объемами в шесть красок и стохастическим растром, за что типография получала многочисленные призы и медали.

С. Ф.: Действительно, наша типография сразу стала позиционироваться как высо-

Рынок дизайнерских услуг в России сильно изменился в лучшую сторону. К примеру, недавно в наше агентство обратился клиент, который остался недоволен работой одной из итальянских компаний. Мы все переделывали заново и сделали лучше

кокачественная, а в те времена таких было немного. Мы печатали либо стохастикой, либо с высокой линиатурой, скажем, 200 lpi с покрытием 380%. Кроме того, сквозная калибровка всего процесса, печать в шесть красок, Hexachrome.

ГАРТ: Ну да, вы же начинали как рекламное агентство...

С. Ф.: Агентство NFQ было создано в 1992 г., и своего допечатного оборудования у нас тогда еще не было. Поэтому для того, чтобы получить определенные навыки и знания, я нашел работу техническим директором в ежедневной газете «Коммерсант», где как раз создавал-

ся участок допечатной подготовки. Я занимался подбором оборудования, отладкой технологических и организационных процессов. Сначала планировал проработать там около трех месяцев, а задержался на два года, и за это время издательство перешло на печать цветных журналов: были приобретены фотывыводные устройства, барабанный сканер, наняты соответствующие специалисты.

ГАРТ: То есть, «Коммерсант» можно считать главной кузницей кадров в полиграфии?

С. Ф.: Да, мир тесен. Из «Коммерсанта» со мной ушел Сергей Кужавский, который стал главой дизайн-студии NFQ, состоящей тогда всего из двух человек.

ГАРТ: Сергей, а как Вы считаете, в чем специфика бизнеса у дизайн-студии и типографии?

С. Ф.: Разницы практически нет, достаточно «позиционировать» свои услуги должным образом. В данном случае есть заказчик, есть дизайнер, который сделал эскиз. Потом работа продолжается над готовым к печати макетом: 3d, верстка, обработка изображений... Это и есть работа, но работает «позиционирование», которое и должно быть приоритетным. Благодаря грамотной рекламе мы получали серьезных заказчиков, таких, как Daimler-Chrysler, основной конкурет

которого до сих пор продолжает печатать свои брошюры в Германии.

ГАРТ: Ну, тут может быть много скрытых факторов?

С. Ф.: С 70-х годов, когда Англия и Италия по праву считались законодателями моды в дизайне и креативе, создался стереотип о том, что качественный креатив и дизайн можно получить в этих странах. Но сейчас это мнение можно оспорить, ведь рынок дизайнерских услуг в России сильно изменился в лучшую сторону. К примеру, недавно в наше агентство обратился клиент, который остался недоволен работой одной из итальянских компаний. Мы все переделывали заново и сделали лучше.

ГАРТ: Ну, среди законодателей дизайна есть еще, например, швейцарцы?

С. Ф.: Да, но их конек — производство качественных часов.

ГАРТ: Сергей, вынужден прервать вас, а ведь мы нарушили хронологию. Между созданием студии и типографии был еще репроцентр?

С. Ф.: Он существует и до сих пор. Мы начинали в те времена, когда в Москве практически не было коммерческого фотывывода полного формата, нормальной барабанного сканера и хорошей аналоговой пробы. Цены были такие, что новое оборудование окупилось в течение девяти месяцев.

Фотывывод остался до сих пор. Большинство работ

ООО «Фольманн» требуется:

Технолог обоей промышленности: консультации покупателей, проведение испытаний на печатном оборудовании, сопровождение проектов и обучение клиентов, обработка рекламаций.

С образованием печатника (глубокая, трафаретная, флексопечать), желательно знание нем.

или англ. яз., пользователь ПК, водит. права кат. «В», работоспособность, коммуникабельность.

Телефон: 363-22-35, e-mail: follmann@mail.ru



ЗАКАЗЧИКИ ГОВОРЯТ

П. К. Крупнов,
директор типографии «Экспресс» (Н.Новгород):

Покупая свою первую печатную машину, мы долго выбирали, сравнивали и оценивали возможности машин разных марок. В итоге остановили свой выбор на марке Ryobi. Теперь, после 4-х лет работы, с уверенностью можем сказать, что выбор был единственно верным: эта марка превзошла все ожидания по надежности, простоте управления и качеству продукции на выходе. Сейчас у нас уже 4 печатных машины Ryobi, мы полностью ими довольны и при покупке очередной печатной машины даже не будем раздумывать, это будет обязательно Ryobi.

RYOBI®

RYOBI 750

ГИБКОЕ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ

- **Гибкость:** толщина листа до 0.8 мм, возможность печати на картоне, пластике, пленке, металлизированной бумаге
- **Технологические возможности:** до 10 красочных секций, печать УФ и гибридными красками, лакирование, печать с переворотом
- **Производительность:** скорость до 15 000 отт./ч., автоматизация процессов переналадки, расширенные возможности компьютерного управления

**ПОСЕТИТЕ НАШ СТЕНД НА ВЫСТАВКЕ
ПОЛИГРАФИНТЕР 2007, ПАВИЛЬОН №13, СТЕНД В2081**



НАШИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА:

Москва	(495) 737 6270	Новосибирск	(383) 212 0014
С. Петербург	(812) 328 0248	Хабаровск	(4212) 43 9194
Ростов-на-Дону	(863) 252 6704	Минск	+ 375 (17) 294 4912
Екатеринбург	(343) 371 5140	Алматы	+7 (3272) 49 6951
		Киев	+ 380 (440) 272 2619

ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ СЕРВИСА: (495) 737 4998 • НАШ САЙТ: WWW.HGS.RU

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР

HGS

Мы делаем полиграфию успешной!



Компания HGS

мы делаем для своей типографии, хотя и работаем «на сторону». Чаще, правда, клиентам нужна просто аналоговая проба, в пленках у них нет необходимости.

ГАРТ: СТР пока не купили?

С. Ф.: Пока — нет, думаем об этом, но только для себя. Я не совсем понимаю, как люди ухитряются на СТР выводить формы на сторону, ведь это большой риск в плане качества.

ГАРТ: Тем не менее, развитие полиграфического направления все равно необходимо. Получается, что единственная загвоздка — это ограничение по площадям в Солнцево?

С. Ф.: У нас на балансе есть, например, отдельностоящий дорогой особняк в центре Москвы. Но, так как делать типографию в центре бессмысленно, мы сдаем его в аренду.

ГАРТ: Интересно, а вот в Японии нам показывали типографию в центре Токио...

С. Ф.: И я видел фотостудию в центре Нью-Йорка, на Пятой авеню, но нужно быть прагматиками — в Москве это невозможно, и по многим причинам. Мы рассматриваем различные варианты расширения, все за МКАД. Есть, например, возможность купить участок и построить быстровозводимое здание. Основная проблема в том, чтобы оформить все документы досконально — от и до. Иначе потом могут объявиться рейдеры, и ты внезапно станешь совсем не хозяином. Малейшая допущенная ошибка может привести к такой ситуации, ведь все хотят что-то построить и получить недвижимость, которую потом можно будет продать.

ГАРТ: Сергей, а в целом, какими Вы видите перспективы нашего полиграфического рынка?

С. Ф.: Я полагаю, что высококачественная традиционная полиграфия пока еще

ООО «Фольманн» требуется:

Технолог по клеящим веществам для бумажно-упаковочной промышленности: поиск клиентов, консультации, проведение испытаний, обучение потребителей, обработка рекламации.

Технолог-коммерсант, с опытом работы 2-3 г., водит. права кат. «В», пользователь ПК, желательно знание нем. или англ. яз., инициативность, готовность к командировкам.

Телефон: 363-22-35, e-mail: follmann@mail.ru

может чувствовать себя в безопасности. А вот цифровая печать... Даже не пытаюсь определить ей срок, но понятно, что скоро электронные носители заменят цифровыми, это вопрос времени.

У нас практически пять лет весь документооборот уже электронный, включая систему управления. Например, сотрудник может не только заказ размес-

тить, но и заявление на отпуск подать.

Одна моя знакомая — главный редактор толстого лицензионного глянцевого журнала в России. Их в этом году собрали в штаб-квартире и сказали: «Жить осталось лет пять. Срочно все развивайте свое присутствие в Интернете». Вот про цифровую печать у меня аналогичное мнение.

Офсетные пластины для СТР

От бюджетных до элитных решений

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»
www.nissa-centre.ru
Москва (495) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 320-1420/22
Екатеринбург (343) 216-6906
Новосибирск (383) 227-7171
Ростов-на-Дону (863) 255-7405
Киев (38044) 490-3460
Алматы (327) 298-0298



ЗНАКОМСТВО С KOMORI

В конце августа компания «ЯМ Интернешнл» организовала для представителей типографий — клиентов «ЯМ-Урал» и «ЯМ-СПб» — бизнес-тур в Голландию, основной задачей которого являлась демонстрация широких возможностей современных печатных машин Komori Lithrone S 29. Рабочая часть визита началась с посещения Komori-центра, где для гостей была организована презентация, посвященная корпорации Komori.

Все участники тура подтвердили, что их впечатлила экскурсия в типографию De Groot Drukkerij, где одновременно работают три модели Lithrone — S 529, 440SP и 540P. Руководители типографии поделились с гостями наработанным опытом эксплуатации машин Komori, рассказали об особенностях своего производства, принципах формирования печатного парка и критериях, которыми они руководствуются при выборе оборудования.

Для типографии, специализирующейся на печати широкого спектра продукции, особенно важны надежность, оперативность, качество и удобство интеграции машин в рабочий поток. По мнению представителей De Groot Drukkerij, оборудование Komori в полной мере соответствует этим требованиям.

После посещения типографии участники тура вер-

нулись в Komori-центр, где для них была организована презентация пятикрасочной машины Lithrone S 529 с секцией лакирования. Тестовое задание заключалось в печати трех ультракоротких тиражей — по 300 отт. каждый. Благодаря полностью автоматизированной смене форм, обеспечиваемой системой Full-APC, а также ускоренному выходу на тираж, реализованному посредством системы KHS, процесс выполнения задания занял менее 14 минут, а для переналадки с тиража на тираж понадобилось всего по 30 отт. После презентации технический специалист компании Komori Лео Лансберген и продукт-менеджер компании «ЯМ Интернешнл» Денис Подобед дали подробные ответы на все возникшие вопросы по поводу возможностей печатных машин.

Вскоре уникальная возможность познакомиться с оборудованием Komori в действии представится всем желающим. На выставке «Полиграфинтер» официальный дистрибутор Komori в России и странах СНГ, компания «ЯМ Интернешнл», продемонстрирует в действующем режиме три модели — Lithrone S540+C, Lithrone S529+C и Spica 429. Для демонстрации достижений Komori в области цифрового управления рабочим потоком все оборудование будет объединено в сеть DoNet.



Наша бумага помогает донести ваше сообщение.



Если вы хотите что-либо кому-либо где-либо сказать, сделайте это вместе с нами. UPM знает, как привлечь внимание к вашему содержанию.

www.upm-kymmene.ru



М. ШАРИФУЛЛИН, ДИРЕКТОР ТИПОГРАФИИ МГУ

УСТАНОВКА В МГУ

В августе специалисты холдинга ECS Print завершили ввод в эксплуатацию крупного полиграфического комплекса в типографии МГУ. Это — старейшее предприятие отрасли в России, официальное открытие которого состоялось 25 апреля 1756 г. Сегодня типография МГУ представляет собой производство полного цикла, сконфигурированное для печати книжно-журнальной продукции. Типография специализируется на книгах в мягком, интегральном и твердом переплете, журналах на проволоочном и клеевом скреплении, рекламных материалах.

Для производства этого спектра продукции было установлено самое современное оборудование: допечатный комплекс на базе СТР Screen 4300Е с проявкой, четырехкрасочная офсетная печатная машина Roland 204 и двухкрасочная Ryobi 3302Н. На послепечатном участке введены в эксплуатацию фальцевальная машина формата А2 Eurofold 245SM с дополнительным модулем, две одноножевые резальные машины Schneider Senator E-Line 92 и 78, трехножевая резальная машина Zechini Fiorino, 24-лотковая листоподборочно-брошюровальная линия Watkiss, четырехкареточная машина клеевого бесшвейного скрепления Horizon BQ-460, позолотный пресс горячего тиснения Zechini Oro, тигельный пресс для вырубки, фальцевально-склеивающая линия Fidia, станок для скругления углов, ниткошвейная машина Freccia 20 и более 20 единиц полуавто-

матического и ручного операционного оборудования для твердого переплета.

Некоторые из машин, установленных в типографии МГУ, уникальны для России.

ОЛИМПИАДА УСКОРИТ ПРОЦЕСС?

Вопрос о производстве мелованных бумаг в России волнует полиграфистов уже давно. Неожиданное развитие эта тема приобрела на VI Международном инвестиционном форуме «Сочи 2007», где первый заместитель Председателя Правительства РФ С. Иванов заявил о необходимости масштабных инвестиций в российские проекты. Особое внимание он уделил развитию лесопромышленного комплекса РФ. В частности, был упомянут президентский «Перечень поручений правительству по вопросам развития лесного хозяйства и лесопромышленного комплекса», составленный после совеща-

ния в Сыктывкаре (апрель 2006 г.), выполнение которого определит развитие лесопромышленного комплекса на несколько десятилетий.

После доклада, во время дискуссии, первый заместитель генерального директора типографии «Пушкинская площадь» А. Сулейков задал вопрос о подготовке Правительством программы по экономическому стимулированию создания производства мелованных бумаг. С. Иванов выразил готовность рассмотреть предложения от российских операторов рынка.

На сегодня есть несколько европейских инвесторов, заинтересованных в строительстве ЦБК на территории РФ. С. Иванов согласился, что ситуация требует коррекции и предложил полиграфистам сформулировать конкретные предложения по развитию внутреннего рынка потребления мелованных бумаг.



ГЛАВНАЯ ТЕМА ГОДА - "ПОЛИГРАФИЯ И КИНО"

НОМИНАЦИИ КОНКУРСА "МЭТР ПОЛИГРАФИИ" СЕЗОНА 2007:

- ШКОЛА
- ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ
- ЭТИКЕТКА И УПАКОВКА
- ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ПРОДУКТЫ
- РЕКЛАМНАЯ И ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

Конкурсные работы принимаются до 10 сентября 2007 года по адресу: 125009, Москва, ул. Тверская, д.12, кв. 274, музей И.Д. Сытина
Телефон: +7 (495) 629 4497, +7 (495) 991 3736 (моб.), www.metrpoligrafii.ru

СПОНСОРЫ КОНКУРСА:



МЕЖДУНАРОДНЫЙ
МОСКОВСКИЙ БАНК

Deutsche Leasing



XEROX

СПОНСОРЫ НОМИНАЦИЙ:



HEIDELBERG



ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ:



publish

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПОНСОРЫ:



полиграфия

PRINT ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ
ФОРУМ ПОРТАЛ



Print&Profit

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:



LiniaGrafid



polstar

AUGUSTBERG





БУМАЖНАЯ ФАБРИКА

11-12 сентября в Финляндии, на фабрике Ямсанкоски состоялось мероприятие, организованное компанией UPM. Оно было посвящено новому этапу в развитии производственных мощностей этой крупнейшей фирмы-поставщика высококачественной бумаги и картона. Центром всего мероприятия стала презентация модернизированной машины по производству бумаги PM4. Издательство «Курсив», получившее приглашение от UPM, представляло российскую отраслевую прессу.

На семинаре, главной темой которого стали инвестиционные проекты UPM, Петри Хаканен, директор отделения Special Papers в Ямсанкоски, рассказал об ассортименте специальных бумаг C1S, представил проект модернизации PM4, сообщил о результатах произведенных преобразований и привел технические характеристики машины. Запуск обновленной PM4 состоялся 30 апреля 2007 г. Ее модернизация является одним из основных направлений инвестирования.

Сегодня PM4 — современный агрегат, выпускающий продукцию серии C1S: бумагу-основу для силиконизирования, бумагу для

верхних слоев самоклеящихся этикеток, этикеточные и упаковочные бумаги. Инвестиции в проект дали возможность дополнить этот перечень новыми продуктами: прочной и плотной бумагой высокой влагостойкости UPM LabelCoat LC и гладкой матовой бумагой для термотрансферной печати UPM LabelCoat TT.

В результате модернизации производительность машины увеличилась на 120 тыс. т/год. Техника работает в запланированном режиме, обеспечивая высокое качество продукции; продолжаются разработки, направленные на улучшение результатов.

Фабрика Ямсанкоски существует с 1888 г. Сегодня это современное, экологически безопасное предприятие, где установлены четыре бумагоделательные машины общей производительностью 870 тыс. т/год.

Компания UPM владеет 62 предприятиями, расположенных в Европе, США, Китае, Канаде, Австралии, Малайзии и Южной Африке. Растущие потребности рынка диктуют необходимость изменений, и UPM делает все для того, чтобы ее продукция соответствовала самым высоким стандартам качества.

КОРОЛЕВСКИЕ КРАСКИ



ГОЛЛАНДИЯ

СТРАНА ТЮЛЬПАНОВ,
ВЕТРЯНЫХ МЕЛЬНИЦ
И ИЗЯЩНЫХ ИСКУССТВ

VAN SON VS 5

Краски серии VS 5 для высококачественной офсетной печати. Обеспечивают яркие и насыщенные цвета оттисков на большинстве видов бумаги и картона. Могут применяться при УФ-лакировании без праймера в режиме offline. Экономичны и удобны в работе



Более 130 лет завод Van Son (Голландия) производит печатные краски самого высокого качества, что подтверждается их популярностью среди ведущих полиграфических предприятий США и Европы. Девиз компании: «Время проходит, а качество остается»



**VAN SON НА ПОЛИГРАФИИНТЕР 2007
YAM INTERNATIONAL**

зал 12 стенд B1041 площадь 1200 м²



МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ.: (495) 234 9000, 332 6420
E-MAIL: INFO@YAM.RU
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 495 5552
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493
РОСТОВ-НА-ДОНУ, ТЕЛ: (863) 223 2155
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (727) 317 7981, 317 7982

www.yam.ru

ВСЕ ЧТО НУЖНО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ

РЕЗУЛЬТАТА

НОВОСТИ



ПОДАРКИ ОТ ГЕЙДЕЛЬБЕРГ

15 сентября состоялось официальное открытие нового производственного цеха компании Heidelberg Druckmaschinen на крупнейшем заводе полиграфического оборудования Wiesloch-Walldorf, принадлежащего концерну.

Здание цеха отличается оригинальная архитектура — оно выполнено в виде печатной машины с устройством подачи бумаги, печатными секциями и листоприемкой. Такой дизайн призван подчеркнуть качество продукции Heidelberg и готовность компании к инновациям.

Инвестиции 45 млн евро делают этот проект самым крупным в истории предприятия за последние 10 лет. Цех площадью 35 тыс. м² будет использоваться для производства широкоформатных печатных машин нового поколения Speedmaster XL 145 и Speedmaster XL 162. «Открывая этот цех, мы ориентируемся на растущий интерес типографий к машинам большого формата», — сказал глава концерна Heidelberg Бернхард Шраер.

Строительство здания заняло 14 месяцев. Символический «первый камень» был заложен 15 мая 2006 г., а в конце сентября 2007 г. в цеху начнется производство листовых печатных машин новой линейки, работающих с форматом вдвое

большим, чем существующее оборудование Heidelberg.

Планируется, что такие машины помогут компании выйти на новые рынки, в частности, усилить свои позиции в секторе упаковки. Оборудование нового формата будет представлено на drupa 2008.

Открытие цеха совпало по времени с празднованием 50-й годовщины Wiesloch-Walldorf, поэтому можно сказать, что оно является своего рода подарком предприятию к юбилею.

А вот 17 сентября дарил подарки уже российский «Гейдельберг». Компания безвозмездно в учебных целях передала Московскому издательско-полиграфическому колледжу (МИПК) им. Федорова листовую офсетную машину GTO 52-1. Еще одна офсетная машина, двухкрасочный QuickMaster, приобретена МИПК с финансовыми льготами и рассрочкой оплаты.

Все понимают, насколько важно, чтобы подготовка будущих специалистов проходила на современной технической базе. МИПК — одно из немногих учреждений среднего специального образования, где можно получить квалификацию печатника или оператора полиграфического оборудования. Таким образом, подарок «Гейдельберг СНГ» колледжу является одновременно и вкладом в будущее отрасли.

AGFA 
ОФСЕТНЫЕ ПЛАСТИНЫ

 **ARETS**
GRAPHICS
КРАСКИ И ЛАКИ

 **POLICROM**
SCREENS
СМЫВЧНЫЕ ПОЛОТНА И
ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

 **VULCAN**
ОФСЕТНАЯ РЕЗИНА

 **KRUSE**
ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

 **imaf**
ХИМИЧЕСКИЕ
ПРОДУКТЫ

 **Real Line**

www.realine.ru

МОСКВА
ул. Красноказарменная, 17а
офис 608
тел.: (495) 787-59-05
факс: (495) 918-08-20
e-mail: sales@realine.ru

ЕКАТЕРИНБУРГ
ул. Ленина, д. 49, офис 74
тел./факс: (343) 355-15-12
e-mail: realine_ural@mail.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ул. Заставская, 14А
тел.: (812) 495-67-97
факс: (812) 495-67-97
e-mail: sale@realine-piter.spb.ru

РОСТОВ-НА-ДОНУ
ул. 1-я Майская, д. 10, офис 1
тел.: (863) 250-45-31
факс: (863) 291-47-95
e-mail: realinedon@aanet.ru



ЗАВОД TETRA PAK

7 сентября состоялось торжественное открытие нового завода «Тетра Пак» в подмосковной Лобне. Это предприятие по производству упаковочного материала для жидких пищевых продуктов станет самым крупным не только в России, но и во всей Восточной Европе.

Объем инвестиций в проект превышает 100 млн евро. Сейчас производственная мощность завода со-

ставляет 4 млрд шт. в год, или почти по 30 упаковок на каждого жителя России. В 2006 г. «Тетра Пак» продал в России 6,1 млрд упаковок, или 43 упаковки на душу населения. Учитывая перспективы расширения нового производства, можно сказать, что объем удвоится.

Сейчас завод оснащен двумя широкорулонными флексографскими машинами секционного построения, специально сконструиро-

ванными для печати на картоне в пять красок, а также мощным ламинатором, выполняющим склейку картона, фольги и нескольких слоев полиэтилена. Участок допечатной подготовки оборудован крупноформатным лазерным экспонирующим устройством CDI от Esko и двумя процессорами от Dupont. Правда, формы наклеиваются на гильзы пока вручную на монтажном устройстве. Как особо подчеркивают специалисты завода, здесь используется гигиеничная и экологичная водная краска, одобренная к применению на упаковке для пищевых продуктов и детского питания.

Весьма серьезно «Тетра Пак» подходит к вопросам контроля качества продукции. С помощью специальных электронных систем все слои материала проверяются на отсутствие проколов и других дефектов. Контролируется и качество печати.

Отбракованные материалы утилизируются на специальной линии.

Как отметил генеральный директор «Тетра Пак» Игорь Акимов, решение инвестировать в новые производственные мощности основано на динамичном росте российского рынка жидких молочных и соковых продуктов и повышении требований потребителей к удобству и качеству упаковки. Именно поэтому 75% мощностей завода будут задействованы для производства асептических пакетов, которые позволяют хранить продукты при комнатной температуре в течение длительного срока. Темпы роста производства молока в асептической упаковке вдвое превышают рост производства упакованного молока в целом — в 2006 г. они составили 16%. Специалисты «Тетра Пак» считают, что такие темпы сохранятся и в ближайшие годы.

Продолжение успешной линейки Canon CLC — более 1000 инсталляций по России и СНГ.

Canon Отличная печать на дизайнерских и текстурированных бумагах высокой

плотности | Высокая стабильность цвета | Возможность резки, биговки, ламинирования без ограничений

Canon

Суперусловия посетителям ПолиграфИнтер!

Системы цветной цифровой печати
CLC 5151/4040

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»
www.nissa-centre.ru
www.best-color-copier.ru
Москва (495) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 320-1420

Екатеринбург (343) 216-6906
Новосибирск (383) 227-7171
Ростов-на-Дону (863) 255-1248
Киев (38044) 490-3460
Алматы (327) 298-0298



ЭКСПОНАТ
выставки **2007**
ПолиграфИнтер



Юрий
ЗАХАРЖЕВСКИЙ

Наверное, было бы большой смелостью рассуждать о региональной типографии в России вообще. Страна у нас большая и регионы очень сильно отличаются друг от друга. Где-то добывают нефть и газ, а где-то живут на дотации. Где-то покупают новейшее офсетное и цифровое оборудование, а где-то еще используется гарт — настоящий. ;)

На Южный регион в связи с Олимпиадой в Сочи обещает пролиться золотой дождь, часть из которого до-

станется и полиграфистам. Конечно, специально на полиграфическую продукцию денег будет выделено не так уж и много, но общее оживление деловой активности, несомненно, принесет пользу и нашим коллегам. В Германии, к примеру, Чемпионат Мира по футболу смогли «раскрутить», что называется, на всю катушку. Сумеют ли наши предприниматели извлечь свою выгоду?

ПОДМОСКОВЬЕ

Так что не будем пытаться объять необъятное, а поговорим лучше о некоторых особенностях полиграфии подмосковной. С одной стороны, Подмоскowie, по сравнению с Москвой, имеет преимущества. Например, меньше стоимость аренды и покупки помещений. Но, с другой стороны, чем дальше от столицы, тем дальше от большинства клиентов.

В принципе, можно расположить офис в Москве.

Но взаимодействие различных отделов не так легко организовать даже в одном здании. Что уж говорить о подразделениях, расположенных в разных городах, когда сотрудники зачастую не знают друг друга в лицо!

В каком именно регионе полиграфистов ожидает успех и процветание и какие факторы на это влияют?

Еще один минус — приходится самим заботиться о доставке расходных материалов, поскольку большинство компаний-поставщиков с неохотой едут за пределы МКАД. Значит, растут накладные расходы и увеличивается вероятность сбоя поставок.

Кроме того, труднее найти квалифицированных рабочих. Некоторые типографии, переехавшие из Москвы за город, доставляют персонал автобусами. При этом те опытные и ответственные рабочие, что есть на месте, ездят, в свою очередь, на заработки в Москву. Логично было бы переманить их обратно: зачем кататься в такую даль, если те же деньги можно получить дома? Но именно ТЕ ЖЕ деньги. Надежда заполучить в Подмоскowie рабочего с той же квалификацией за меньшую зарплату, как правило, не оправдывается. Конечно, можно организовать типографию еще дальше от столицы, там, откуда ездить в Москву слишком далеко. Но в этом случае усилятся и все отрицательные моменты, перечисленные выше.

В свое время в ГАРТ была заметка «Все едут в Чехов» — о переезде типогра-

фий из Москвы в наш подмосковный полиграфический центр. Да, ведь когда-то Чеховский полиграфический комбинат был крупнейшим в Европе! Казалось бы, уж там-то с кадрами проблем быть точно не должно. А они есть. И одна из типографий, упомянутая в той самой заметке, с ними уже столкнулась. Впрочем, одна из местных коммерческих типографий тоже не в блестящем положении...

НЕМНОГО ДАЛЬШЕ

Но не следует думать, что в региональной полиграфии все так печально. Если проехать еще южнее Чехова, то после Серпухова Вы окажетесь в Туле. Тула замечательна не только пряниками и оружейниками, но и довольно изрядным для города такой величины числом типографий. Одна из них — «Борус». Вот уже много лет он стабильно развивается, покупает новое оборудование производства Kodak, Komori и других уважаемых компаний. Построено новое здание, оборудованное специально под полиграфическое производство. Типография имеет свой офис в Москве и получает «московские» заказы, в то время как обычно именно московские типографии выступают «интервентами» на региональном рынке — по крайней мере, в тех случаях, когда требуется сложная и качественная продукция. И этот пример доказывает, что основанная с нуля коммерческая типография при правильной стратегии вполне может успешно развиваться даже на некотором удалении от столицы.

Так что рассуждения о блестящем будущем региональной полиграфии, которые порой встречаются в прессе, должны быть более конкретны: в каком именно регионе полиграфистов ожидает успех и процветание и какие факторы на это влияют?



ДЕТАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Принтэксперт. Специалисты по монтажу.
Рулонные машины для печати журналов и послепечатное оборудование, бывшие в эксплуатации, <под ключ>.

Екатеринбург
Телефон (343) 2161105
Факс (343) 2161104
info@printexpert.ru
www.printexpert.ru

ПРИНТЭКСПЕРТ
ТИПОГРАФСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ / СЕРВИС

СИМВОЛ МЕЧТЫ

夢

LITHRONE S40

Печатная машина полного формата, обеспечивающая превосходное качество печати и наивысшую производительность. Новый уровень автоматизации в сочетании с традиционными преимуществами машин Lithrone

М Е Ч Т А

СОЛНЦЕ ВОСХОДИТ
ТОТ, КТО ИДЕТ ЗА МЕЧТОЙ
ТИГРУ ПОДОБЕН



ОБОРУДОВАНИЕ KOMORI НА ПОЛИГРАФИНТЕР 2007

ЭКСПОЗИЦИЯ

ЗАЛ

СТЕНД

ПЛОЩАДЬ

m²

YAM INTERNATIONAL

12

B1041

1200



KOMORI

Корпорация KOMORI основана в 1923 г. и является мировым лидером в производстве печатного оборудования. На ее заводах в Японии производится широкий модельный ряд листовых офсетных машин с форматами листа от 360x520 до 820x1130 мм, а также рулонные журнальные машины.

YAM

YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ.: (495) 234 9000, 332 6420
E-MAIL: INFO@YAM.RU

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 495 5552

НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007

ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493

РОСТОВ-НА-ДОНУ, ТЕЛ: (863) 223 2155

КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700

МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970

АЛМАТЫ, ТЕЛ: (727) 317 7981, 317 7982

www.yam.ru



НЕ РАЗМЕНИВАТЬСЯ

С момента, когда компания HP анонсировала выход очередного обновления в линейке промышленных машин HP Indigo — модели ws4500, прошло несколько месяцев, и вот, в сентябре такая машина пополнила парк оборудования одной из флексо типографий — «Тафлекс» (Казань). Это предприятие широко известно и за пределами Татарстана как

поставщик самоклеящейся и термоусадочной этикетки, а также рулонной упаковки и картонных билетов.

Выбор оборудования определяется потребностями типографии в печати средних, малых и пробных тиражей этикетки и упаковки. Лидером в разработке подобных решений является компания HP Indigo с ее технологией цифрового офсета.

В «Тафлекс» решили не размениваться на мелочи и приобрели самую передовую из линейки промышленных машин, причем в семи-красочном варианте. Эта конфигурация позволит, помимо традиционных красок СМЮК, использовать кроющий белый, а также специальные и смесевые краски.

Основное преимущество HP Indigo press ws4500 состоит в возможности печати с офсетным качеством на разнообразных сложных материалах, которые используются в традиционной флексографии. С технической точки зрения ws4500 представляет собой преемницу модели ws4050. Отличия состоят в усовершенствованиях, позволяющих более эффективно использовать рабочее время. В модели ws4500 применены новая система замены краски OFIR, новый стол для склеивания материала, обновленная версия управляющего ПО v 6.6.1 с оптимизацией процессов обслуживания, настройки, а также поддержки PDF 1.5 (RIP 5.2).



НОВЫЕ СЕРИИ

Совершенно логично, что типографии рассматривают повышение цен на полиграфические материалы как однозначно негативный факт. Но когда на рынок выводятся новые материалы с улучшенными свойствами — это уже совсем другое дело. К примеру, на прошедшей недавно пресс-конференции сотрудники российского представительства Hostmann-Steinberg — одного из трех крупнейших европейских (и не только) производителей — представили клиентам шесть новых серий красок с улучшенными печатно-техническими свойствами, объединенных маркой INKREDIBLE.

Интересна сама идея организации производства новых красок. Пигментные пасты для них будут производиться в Индии, на входящем сегодня в группу заводе Micro Inks. Это позволит обеспечить единое качество красок, которые будут поставляться в разные страны.

Новые краски уже продаются в США. Тестовые партии — в Европе. К выставке «Полиграфинтер 2007» они будут опробованы и в российских типографиях.

Мы все знаем, что переход типографии с одной марки краски на другую есть сложный и зависимый от человеческого и экономического факторов вопрос. По словам руководства Hostmann-Steinberg, повышение цен на новые серии красок будет небольшим, а за счет сохранения их расхода получится, скорее, экономия.



Вырубная оснастка (штанцформы) для высечки

141190, Фрязино, Заводской проезд, д.3
http://www.laserpack.ru
info@laserpack.ru
+7 495 7771317; +7 495 2217988; +7 495 5658611

Converting tools for diecutting;
Software for packaging design;
Equipment for production of corrugated



КВАРТАЛЬНИКИ

Оригинальную коллекцию квартальных календарей, включающую более 30 видов стилистических и цветовых решений, представила компания «Ларсон Центр».

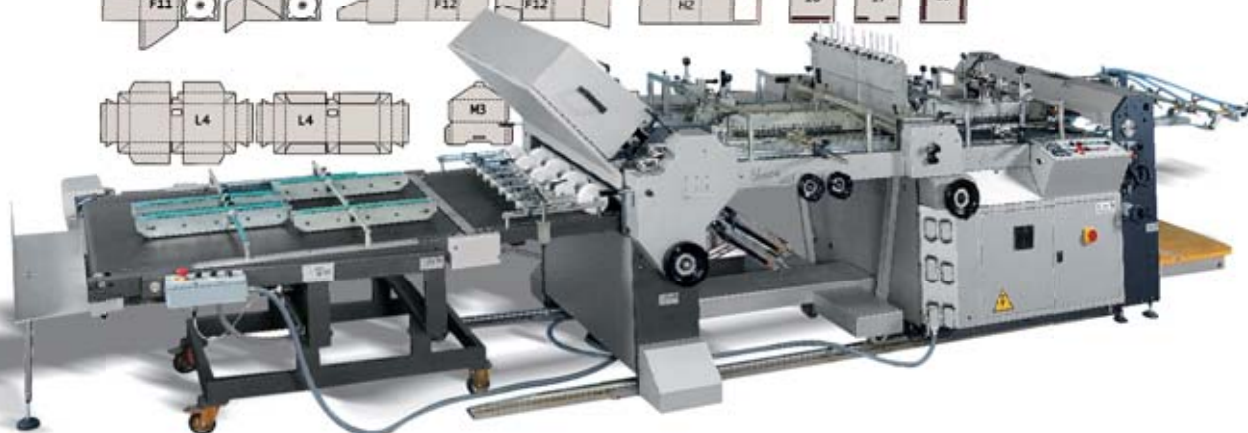
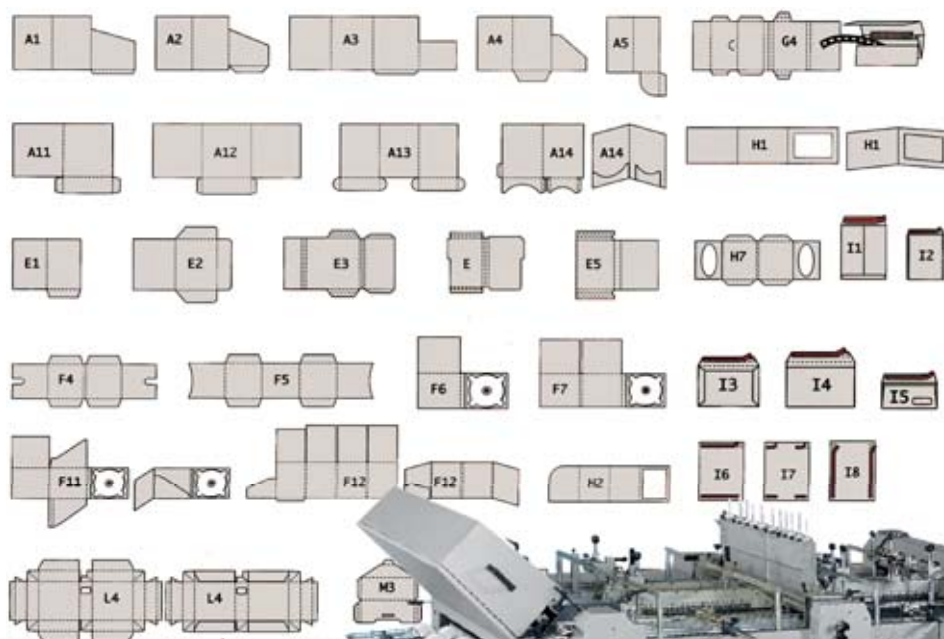
Коллекция призвана продемонстрировать, что традиционные квартальники могут быть более выразительными. Календари выпущены ограниченным тиражом.

В рамках специальной программы к осенней выставке «ПолиграфИнтер-2007» компания «Апостроф» предлагает своим покупателям возможность приобретения линии Fidia Combi-Unica на выгодных условиях. Воспользовавшись условиями данной программы, российские типографии, кроме выставочной скидки и специальных условий оплаты, получают возможность прорекламировать свое предприятие в рамках главного полиграфического форума страны!

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ фальцевально-склеивающие линии



- Огромный спектр выпускаемой продукции
- Уход от ручного труда в типографии
- Возможность создания уникального производства
- Модульная конструкция машин - легкость модернизации



ВСЕОЧЕНЬПРОСТО

самые нефигтивные мероприятия



объединенная
рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$450*

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

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



GART DIRECT

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

Телефон/факс:
(495) 725 6001

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



САМАЯ-САМАЯ...

Так повелось, что в последние годы компания КВА устанавливает в России печатное оборудование, которое смело можно назвать уникальными. Некоторое время назад — презентация машины сверхбольшого формата, теперь Rapida 105-11-SW5-L-ALU2 CX, состоящая из одиннадцати печатных и одной лакировальной секции, удлиненной приемки, высоких ступеней и т. д. Такого оборудования не видела не только Россия, но и Восточная Европа.

Мы уже писали, что машина установлена в Санкт-Петербургской Образцовой типографии (СПОТ), которая в последние годы стала одним из самых передовых полиграфических производств в России. 5 сентября, на презентации оборудования, представители издательства «Курсив» задали генеральному директору СПОТ Алексею Филатову вопрос, почему была выбрана именно эта конфигурация. Ответ оказался весьма оригинальным. Причин несколько: поскольку типография выпускает как упаковку, так и коммерческую продукцию, то искали машину, которая может с одинаковым успехом работать и на картоне (включая микрогофру), и на тонкой бумаге. Анализ показал, что машина КВА справляется с этим наилучшим образом. Если же говорить о числе секций, то оно обусловлено

перспективами развития типографии. Уже много лет СПОТ живет по не очень привычному в нашей стране принципу: сначала разрабатывает тот или иной продукт и отлаживает технологию, а уже потом предлагает его рынку (так было, например, с промышленным глянцеваанием). Многие другие типографии работают «от заказчика», то есть реагируют на запросы клиентов. Но от лидеров рынка требуется более активная деятельность. Так вот, машина в столь оригинальной конфигурации требуется как раз для создания и вывода на рынок новых видов продукции. О том, что это будут за разработки, нас просили пока не писать.

Помимо этого, машина позволит выйти на рынок сложных и малорентабельных (на данный момент) работ, например, изготовления красочных картонных коробок небольшими тиражами.

Что касается собственно процесса поставки оборудования, то на презентации руководство СПОТ сообщило, что все прошло на удивление гладко и быстро. Договор с «Дойче Лизингом» был подготовлен в рекордные сроки, а монтаж машины прошел «как бы сам собой», легко и без всяких проблем. Поздравляем СПОТ и концерн КВА с уникальной установкой и надеемся, что работа машины и ее обслуживание будут такими же беспроblemными.

* 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



МЕЖДУ-НАРОДНАЯ ПАНОРАМА

АМЕРИКА

Если честно, то собирались сделать материал об американских типографиях. Опубликован очередной рейтинг, сколько тысяч долларов приходится на одного работника, включая всех талибов...

Но нас обогнали одни американские интернет-издатели. Стало неинтересно. На самом деле, кое-что те аналитики не заметили: один из самых низких рейтингов у FedEx Kinko's. По общему обороту эта компания занимает четвертое место с показателем 2 млрд долл., а вот по обороту на сотрудника — 99-е из первой сотни. С практически самым низким показателем — 99 тыс. долл.

Мы готовы поверить, что просто так сложилось, и в американских деревушках работают бабушки (в отличие от английских дедушек), которым по франшизе ставят в сарайчик цифровую печатную машину. Раз в год бабушка сарайчик открывает, нажимает большую зеленую кнопку, говорит вах-вах-вах (по-английски, конечно, но с характерным американским акцентом) и обратно машину выключает.

А так они занимаются специальными видами услуг. Ну, специальными. Типа курьерской доставки почты. Но ЦПМ у каждой есть, и раз в год надо ту самую зеленую кнопку нажимать. Просто чтобы удостоверить, что она сработает. Потом все выключить.

ЕВРОПА

Но обратимся к теме глобализации. Есть, по крайней мере, две вещи, которые

привлекли внимание редакции в этом месяце. Начнем с более или менее простой. У руководства компании Esko-Graphics какие-то непрерывные проблемы с неймингом. Историю образования фирмы можно излагать долго, главное, что это отколовшаяся часть Varco, неудачно названная в свое время созвучно одной из «типа канадских» компаний.

Недавно прошел очередной этап ренейминга. В качестве названия фирмы было выбрано EskoArtwork. Проблема возникла из-за того, что название Artwork уже принадлежало другой компании. Делать нечего — пришлось Esko приобрести своего прямого конкурента на рынке программного обеспечения. Зато теперь получился явный лидер на рынке допечатной подготовки и дизайна упаковки. Синергетический эффект ожидается.



УСПЕШНАЯ ПОЛИГРАФИЯ



визитная карточка партнера

Типография «Экселент-Принт» — очень молодая компания, образованная в конце 2006 года в Санкт-Петербурге. Сплоченный коллектив, состоящий из квалифицированных сотрудников, и парк современного оборудования позволили предприятию уверенно «встать на ноги» и обеспечить себе репутацию надежного партнера, способного воплотить в жизнь даже самые сложные и нестандартные пожелания заказчиков.

Производственный комплекс типографии, ключевым звеном которого является оборудование Heidelberg, предоставляет возможность осуществлять многокрасочную печать на бумаге плотностью от 80 г/м.кв., картоне толщиной до 0,4 мм, этикеточной и самоклеящейся бумаге. Форматы печати A1, A2. Основные виды выпускаемой продукции — афиши, буклеты, рекламные проспекты, календари, плакаты, упаковка, журналы, газеты и многое другое.

Особо необходимо отметить и контроль качества, тщательно проводимый на протяжении всего технологического процесса изготовления продукции.

С самого начала работы руководством «Экселент-Принт» в лице директора по производству Кирилла Горбенко во главу угла была поставлена задача обеспечения наивысшего уровня качества полиграфической продукции. В этой связи логичным и оправданным шагом явился выбор поставщиков расходных материалов, которые являются лидерами российского полиграфического рынка и успешно зарекомендовали себя многолетним опытом работы с ведущими предприятиями. Отрядным фактом является то, что в число этих поставщиков вошла и компания «ПринтХаус — Санкт-Петербург», обеспечивающая типографию целым комплексом высококачественных материалов.



МОСКВА

Тел.: (495) 937-5151

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Тел.: (812) 449-2141

ПОВОЛЖЬЕ

Тел.: (843) 542-4516

СИБИРЬ

Тел.: (383) 212-0124

УРАЛ

Тел.: (343) 355-9026

ЮГ

Тел.: (863) 252-4102



РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

• www.printhouse.ru

И другая тема: КБА и Cerutti пришли к соглашению о передаче за необъявленную сумму от первой компании ко второй всех прав на интеллектуальную собственность, а также патентов, которые использовались в производстве широкорулонных машин для журнальной глубокой печати. Получается, бизнес фактически продан. Правда, с некоторыми нюансами: КБА продолжит сервисное обслуживание осуществленных на данный момент проектов, а также будет производить для Cerutti фальцаппараты.

РОССИЯ-ФИНЛЯДИЯ

Глубокая — это такая специфическая по нынешним временам печать. Когда-то в СССР она была на «Правде» и еще в нескольких крупнейших типографиях. В наше время ее попытались еще раз привезти на «Правду» («Медиа-Прессу»). Не полу-

чилось. Привезти-то привезли, долго монтировали, но, вроде, сдали уже в металлолом. А вообще, с чего бы санэпидемстанция, или как там они теперь называются, подписала разрешение на печать с использованием толуола буквально в центре Москвы?

Исторически КБА и Cerutti были основными игроками на рынке глубокой печати. Правда, со временем они все больше стали специализироваться в разных секторах. КБА — в основном делать машины для печати журналов, Cerutti — больше для производства гибкой упаковки. Теперь фактически появился один лидер. Условно говоря. Есть еще производители оборудования для глубокой печати гибкой упаковки, но они не делают журнальных машин. Достаточно узок сектор производства табачной упаковки, в котором также есть выраженные лидеры

рынка. Одна швейцарская компания и Komori-Chambon. Обе производят линии

Крупнейший европейский производитель бумаги мог уйти с американского рынка только потому, что он там не зарабатывал денег. Причем уход в такой момент выглядит не совсем логичным

для глубокой печати, но специализированные, не очень широкие.

Вопрос в том, нужна ли еще кому-нибудь глубокая печать в журнальном производстве. Про английских производителей печатной продукции мы уже писали. Их амбициозный проект с глубокой печатью, мягко скажем, не совсем получился. Если говорить о нашей стране, то есть два-три издательства, которые размещают заказы на глубокую печать за рубежом. Но и их уже вполне сможет устроить рулонный офсет... Правда, под них построенный. Ну не сможет «Алмаз» или «Пушкинская» в нужные сроки отпечатать 1 млн экземпляров «7дней». Не потому, что они «плохие типографии», а потому, что мощностей не хватит, чтобы успеть вовремя. Или придется остановить все остальные заказы и печатать, печатать, печатать...

Но если построить, как это и планировалось четыре года назад, специализированную типографию под это издание, то офсетом

можно будет успеть. Марина Переверзева несколько лет назад рассказывала нам о таком проекте на базе «Медиа-Прессы». По нашим сведениям, новый проект сегодня находится в стадии реализации. А так, пока «7дней» — Финляндия, глубокая печать. Север, тундра, животные, которые возят Санта-Клауса... Канадцам, которые сумели наладить этот бизнес в Финляндии, должны ставить там памятники. В смысле, памятники Quebecor — второй по величине мировой полиграфической компании.

АМЕРИКА-РОССИЯ

Да, Esko, КБА... А, нет, есть еще третья новость. Это то, что компания Stora-Enso продала свои активы в США. В два этапа, но продала. Что-то, видно, на бумажном рынке не так просто. Получается натуральная «деглобализация».

С другой стороны, американский International Paper пришел в Россию. Приобрел долю в крупнейшем нашем переработчике — Ilim Pulp. Капиталистам, конечно, свойственны прагматизм и умение пользоваться программой excel. А может, презентацию им в PowerPoint красивую кто-то нарисовал?

А компания Stora-Enso — крупнейший европейский переработчик древесины и производитель бумаги. Он мог уйти с американского рынка только потому, что он там не зарабатывал денег. Причем уход в такой момент, когда американский полиграфический рынок находится более-менее на подъеме, выглядит не совсем логичным. Но ушел. Это факт.

Вот такие процессы глобализации и деглобализации происходят в нашем мире.



Россия, 125424, Москва, Сходненский туп., 20,
тел/факс: (495)221-84-64, e-mail: inform@poli-mat.ru,
www.cspm.ru

Материальные ценности полиграфиста



Материалы для допечатных, печатных, послепечатных процессов

- Фототехническая пленка и химия к ней (Kodak, Agfa).
- Монтажная основа и вспомогательные материалы.
- Стр и аналоговые пластины и химия к ним (Kodak, Agfa).
- Цветовые справочники Pantone.
- Краска для офсетной печати, Imperial Ink (Япония).
- Вспомогательные материалы для печатных процессов.
- Смычки и смысловые полотна.
- Чехлы для валиков.

- Противоотмарывающие полотна.
- Пленка для припрессовки (JBC).
- Клей для переплетных процессов.
- Проволока для проволокошвейных процессов (Loetters).
- Фольга для горячего тиснения.
- Переплетные материалы (Guagro).
- Пленка для лазерных принтеров.

От изобретателя печатной машины



Новые идеи для профессионалов печати

От первой цилиндрической печатной машины Фридриха Кенига, созданной в 1811 году, до высокотехнологичной листовой офсетной машины Рапида 105, до ротации глубокой печати шириной 4,32 м TR 12B и до ротации сухого офсета КБА Кортана был пройден длинный путь. Но все эти машины имели нечто общее. Они все соответствовали самому современному технико-технологическому уровню печатной техники. Это было и остается нашей основной миссией. Прогрессивные печатные машины с инновационными и рентабельными решениями в соответствии с Вашими индивидуальными требованиями. Для этого мы используем идеи наших 7900 высокомотивированных сотрудников и многочисленные ноу-хау, охватывающие все полиграфическое машиностроение.

ООО «КБА РУС»: 119313 Москва, Ленинский проспект, 95а
тел.: (495) 132-59-55, 937-50-53, факс: 937-52-45
e-mail: kba@kba-print.ru Internet: www.kba-print.ru

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:
тел.: (812) 320-93-15, 325-12-80
факс: (812) 325-19-17, e-mail: spb@kba-print.ru

Представительство в Сибири: (383) 218-14-66, 8-913-202-5537, e-mail: gavrilchik@kba-print.ru



HEI TECH

Полиграфинтер 2007

Приглашаем посетить стенд Heidelberg
16-20 октября, Москва
ВЦ «КРОКУС ЭКСПО», павильон 12

Есть только одна компания, которая уже более 150 лет прочно ассоциируется с самыми высокими требованиями в полиграфии: Heidelberg.

Печатная машина Speedmaster SM 102 – один из ярких примеров нашего технологического лидерства. www.heidelberg.ru

ООО «Гейдельбер СНГ» Центральный офис
125550 Москва ул. Прянишникова, 2А. Тел.: +7 495 775 80 20 Факс: +7 495 775 80 22
E-mail: HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru

HEIDELBERG