



Basic Commercial

Решения от Heidelberg



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Специальные условия

Компания «Гейдельберг СНГ» предлагает клиентам «Решение для коммерческой печати».

для тех, кто заботится

Производственные комплексы на основе машин Printmaster QM 46, Printmaster GTO 52 и

о развитии своего бизнеса

Speedmaster SM 52 se включают в себя оборудование для всего печатного процесса – prepress, press и postpress.

Наши уникальные финансовые условия – лизинг и аренда – позволят Вам успешно организовать бизнес.

Оборудование Heidelberg обеспечит высокое качество продукции.

«Гейдельберг СНГ»
Россия, Москва, 127550, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: 095-742 34 54; факс: 095-742 34 56
E-mail: hoc@ru.heidelberg.com, www.ru.heidelberg.com

HEIDELBERG

НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО

GRAPHIC ARTS NEWS

ГАРТ

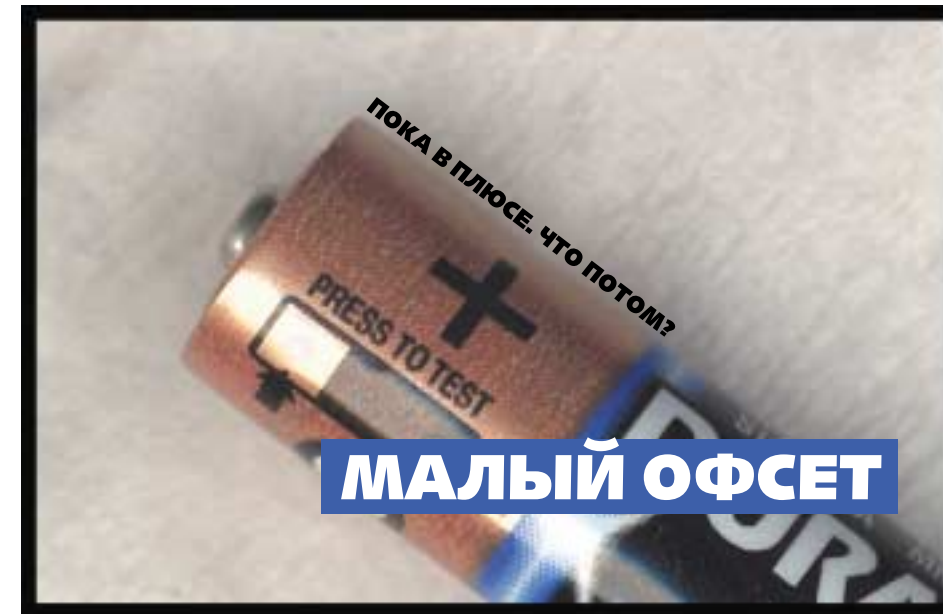
ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 8 ■ АВГУСТ 2001

СКОЛЬКО
ПОСТАВЛЯЕТСЯ
В РОССИЮ
**ОФСЕТНЫХ
МАШИН**

с. 14

В НОМЕРЕ:

КОГДА ВЫРАСТУТ ЦЕНЫ?	3
ЗАЩИТНИК МАЛОГО ОФСЕТА	8
ТИПОГРАФИЯ В «ДАЕВ-ПЛАЗА»	10
ЗАЧЕМ НУЖЕН СОЮЗ ПОЛИГРАФИСТОВ?	12
МЫ РЕШИЛИ ПОСЧИТАТЬ	14



МАЛЫЙ ОФСЕТ

Меня страна заботит,
ее состояние, а вооб-
ще — все хорошо

С. Сирота (с. 6)

Начав с малого офсета,
многие типографии за-
работали деньги на
приобретение машин
большого формата

М. Шарифуллин (с. 8)

Сегодня на этом рынке
в силу целого ряда об-
стоятельств предложе-
ние услуг существенно
превышает спрос

А. Шнайдер (с. 10)

Идею создания Союза
полиграфистов СПб
поддержали практиче-
ски все крупные пред-
приятия

С. Радванецкий (с. 12)



Андрей
БЕРЕЗОВСКИЙ
«Фабрика
офсетной печати»
Консультант



Сергей
СИРОТА
«Делай вывод!»
Совладелец

ГАРТ: Андрей, расскажите нам о своей
«Фабрике».

А. Б.: Если говорить о печатном обо-
рудовании, то типография похожа на ис-
пытательных полигон фирмы Hamada.
Я купил первую в России двухкрасоч-
ную Hashimoto A252, потом и первую
четырёхкрасочную Hamada B452 с
пультом управления и опцией автома-
тической смены форм. Кроме этих ма-
шин, у нас есть еще однокрасочная
GTO 46.

ГАРТ: А кто Ваши заказчики?

А. Б.: «Фабрика офсетной печати» —
специализированная типография. Ос-
новной наш вид продукции — журна-
лы. Основные заказчики — издательст-
ва, среди которых много региональных.
ГАРТ: У Вас малоформатные машины, а
ведь считается, что журналы — продук-
ция для машин большого формата?

(Продолжение на с. 4)

ГАРТ: Сергей, этот номер посвящен
малому офсету. Интересно, Вы свою
типографию относите к малым?

С. С.: У нас четырехкрасочный Heidel-
berg Speedmaster 52 и однокрасочная
GTO 52. По меркам полиграфии как
таковой мы, безусловно, малое пред-
приятие, но рядом с копи-шопом —
монстр. Speedmaster — машина, кото-
рая может печатать любой тираж.
Конечно, удобно и экономически эф-
фективно на ней печатать малые тира-
жи, но если заказчик готов платить, то
мы напечатаем хоть миллион. Кроме
обычного для малоформатных типо-
графий послепечатного оборудования
мы имеем BШРА Müller Martini.

ГАРТ: Типография работает уже полто-
ра года. Жизнь стала лучше по сравне-
нию с тем, когда Вы только поставили
машины?

(Продолжение на с. 6)

Марзан

НОВАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ
НОВАЯ
ТОРГОВАЯ МАРКА
ЛУЧШЕЕ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ДОПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ
И ИЗМЕРИТЕЛЬНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШЕЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ
ВИДОВ ПЕЧАТИ
ЛУЧШЕЕ
ФЛЕКСОГРАФСКОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ЛУЧШАЯ
ДЕМОНСТРАЦИЯ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ
ОБОРУДОВАНИЯ
ПРИЗ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ
ПРЕССЫ

Впервые
номинации:

ЛУЧШЕЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
ДЛЯ ЦИФРОВОЙ
ПЕЧАТИ
ЛУЧШИЙ
ЗАПЕЧАТЫВАЕМЫЙ
МАТЕРИАЛ
ЛУЧШИЙ
РАСХОДНЫЙ
МАТЕРИАЛ
ПРИЗ
ПРОФЕССИОНАЛОВ

Информационная
поддержка:

ГАРТ
КУРСИВ
НОВОСТИ ПОЛИГРАФИИ
ПАКЕТ
ПЕЧАТНОЕ ДЕЛО
ПОЛИГРАФБИЗНЕС
ПОЛИГРАФИЯ
ФЛЕКСО ПЛЮС

Четвертый

Хрустальный

НБЕДБМ

Марзан
2001

Организатор:
ИЗДАТЕЛЬСТВО «КУРСИВ»

ГАРТ

Всемирные полиграфические новости

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

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

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Адрес редакции:

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15,
офис 217, издательство «Курсив»

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Размещение рекламы: агентство AAGA

Подписано в печать: 30.08.2001

Отпечатано в типографии «Новости»,
Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553

Заказ № 1742

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2001

Все права защищены. Перепечатка возможна
только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция

ответственности не несет

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ ГАРТ

СЕНТЯБРЬ 2001:
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ОКТАБРЬ 2001:
КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

НОЯБРЬ 2001:
ПОЛИГРАФИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

ДЕКАБРЬ 2001:
БУМАГА И КАРТОН



КОГДА ПОВЫСЯТСЯ ЦЕНЫ?

Времена расцвета малого офсета в России прошли. Уже нет такого спроса на фальшивые акцизные марки, поэтому в «Дорожном патруле» не показывают по два раза в неделю сюжеты о раскрытии подпольных типографий, а к поставщикам оборудования не стоят в очередь угрюмые люди с мешками долларов.

Если вернуться к ценам на рынке, то их может повысить Государство. Введя завтра акциз на полиграфическую продукцию или повысив таможенные пошлины на бумагу и добившись их уплаты. Это маловероятные, экстенсивные варианты повышения цен. Мало кто желал бы такого пути развития, но то, что полиграфия попала в поле зрения Государства — это факт.

В отсутствие принудительного регулирования цены вырастут только тогда, когда появится неудовлетворенный спрос на полиграфические услуги. И такой спрос появляется каждый год к декабрю. Правда, в этом году, по словам руководителей многих типографий, загрузка очень равномерная и не было даже летнего спада. По отзывам большинства, количество заказов уже достигло или даже превысило докризисный уровень.

Тиражи вернулись, а вот цены возвращаться не спешат. Докризисного объема заказов теперь не хватает. Необходимо, чтобы заказов стало значительно больше, ведь с 1998 г. производственные мощности типографий выросли, причем парк пополнился самыми современными печатными машинами. Откуда возьмутся новые заказы? Должны появиться новые заказчики, часто буквально пришедшие с улицы. Как все повернется, удастся ли создать моду на рекламную продукцию высокого качества или произойдет что-то еще — покажет жизнь.

Все говорят о том, что на рынке есть типографии, которые занимаются демпингом. Без сомнения, такие типографии есть. Для одних это принцип работы — всегда предлагать самые низкие

цены. Для других — необходимость, чтобы по крайней мере возвращать взятые кредиты. Тем не менее, я сомневаюсь, что есть владельцы типографий, которым нравится работать в минус или на грани минуса.

В процессе подготовки предыдущего номера я услышал от одного человека, имеющего большой опыт работы на рынке цифровой печати: «Мы в демпинг уже поиграли. Больше не хотим». Можно надеяться, что скоро так станут думать все, но вопрос — насколько скоро.

Московский рынок рекламной продукции тесен, типографий, активно работающих на нем, около сотни. А людей, которые более или менее регулярно размещают заказы, по моим оценкам, несколько тысяч. Эта ситуация стабильна и резких изменений, которые могли бы привести к росту цен, пока не предвидится.

Но я считаю, что резерв для повышения уровня цен есть в самих типографиях — это их «менеджеры по продажам». Почему в Америке есть бизнес? Потому что там есть менеджеры, их учат, они набираются опыта, переходят на следующий уровень. Меняют автомобиль, покупают новый костюм, дорогие часы. У них так принято. Еще у них принято иметь убедительные и правильные ответы на стандартные вопросы клиента.

Понятно, что конкуренция на московском рынке высокая, но когда менеджер по приему заказов в ответ на заявление клиента, что он «знает, где напечатать это за \$100», без колебаний отвечает «ну тогда и мы за \$100» — возможно, это ответ убедительный, но совершенно точно неправильный.

Андрей Романов,
главный редактор

НОВЫЕ СТИ

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: типография «Новости»

А' ACCENT
АКЦЕНТ

Бумага Metsa Serla Galerie Art
предоставлена фирмой «Акцент»

А. Б.: Я так не считаю, да и то, что мы печатаем, — тому подтверждение. Тиражи 3–5 тыс. экз. для журналов сейчас очень распространены, минимальный объем — 64 полосы плюс обложка. Большие типографии за такие тиражи брать не очень хотят, а мы — с удовольствием. Возможно, наши услуги и дороже, чем в большой журнальной типографии, но мы делаем все очень быстро и весьма внимательно относимся к своим клиентам.

Для того, чтобы обеспечить оперативное производство журналов, кроме печатных машин есть еще и финишное оборудование, и ему уделяется самое большое внимание. В первую очередь — линия для листоподборки, скрепления и обрезки переднего края брошюр фирмы Horizon. Аппарат для бесшвейного скрепления этой же фирмы. Профессиональный аппарат для припрессовки пленки. Две резальные машины, одна из них — недавнее приобретение — Perfecta. Я полагаю, ни у одной другой типографии, оснащенной только малоформатными машинами, нет такого набора оборудования. Мы, кстати, делаем много заказов для других типографий.

ГАРТ: Не мешает ли отсутствие «настоящих Гейдельбергов»?

А. Б.: Нет! Некоторые заказчики сначала бывают настроены скептически, но, увидев работы, которые мы печатаем, меняют свое мнение. Пришли, например, к нам на работу печатники, работавшие на Speedmaster. Сначала смотрели на машины несколько свысока, но когда поработали — поняли, что все нормально. Ведь четырехкрасочная Hamada — вполне современная машина, оснащенная всеми необходимыми опциями. Мы внесли в ее конструкцию три небольшие доработки, что позволило печатать еще эффективнее. Основная наша продукция — полноцветные журналы, но графика в них часто

«ИСПЫТАТЕЛЬНЫЙ ПОЛИГОН» ФИРМЫ HAMADA



штриховая или черно-белая. Даже если это цвет, то к нему не предъявляются столь же высокие требования, как к рекламной продукции. Конечно, мы выполняем и сложные работы, ведь на A252 можно печатать продукцию самого высокого качества. В общем, дела идут хорошо, и тем не менее, есть планы по расширению производства. В первую очередь потому, что мы не можем взять все заказы, с которыми к нам приходят. Часто приходится отказываться — не успеваем.

ГАРТ: Как же Вы планируете расширяться?

А. Б.: В ближайшее время приобретаем фотывыводное устройство. Во-первых, для того, чтобы избавиться от возни при монтаже пленок, а во-вторых — в фотонаборе будет перфорация отверстий для штифтовой приводки, и мы практически исключим монтаж на астралоне и существенно сократим затраты времени на формные процессы. Мне также очень интересно поэкспериментировать с данными CIP3, и этим мы тоже планируем заняться.

А что касается печатных машин, то планируется приобретение еще одной, она будет четырехкрасочная, тоже малоформатная, но более «тяжелая» и с более высокой степенью автоматизации, чем имеющаяся.

ГАРТ: Поставщиком опять станет «Нисса»?

А. Б.: С 1996 г. у меня накопился большой опыт. Я знаком с большинством поставщиков оборудования, знаю, у кого и что можно покупать. У меня прекрасные отношения с руководством фирмы «Нисса». У этой фирмы куплена большая часть нашего оборудования. Резальную машину Perfecta, правда, купил в «ЯМ Интернешнл». Эти две фирмы и «Гейдельберг СНГ» — возможные поставщики следующей печатной машины. У нас побывал представитель фирмы Hamada, мы продемонстрировали ему доработки, сделанные на B452, он все зафиксировал. Но самое главное — он пообещал, что скоро начнут поставки четырехкрасочной машины Hashimoto A452. Возможно, это самый логичный выбор для дальнейшего развития нашей фабрики.

ГАРТ: А о полуформатной машине не задумывались?

А. Б.: Конечно, задумывался, и обязательно куплю ее, но только когда обзаведусь собственным зданием. Я не хочу потом перевозить такую машину на новое место. Вообще опыт говорит о том, что нельзя покупать в типографию новое оборудование, если оно увели-

чит мощности больше, чем в два раза. Мне в момент, когда у нас была только двухкрасочная машина, предлагали на самых выгодных условиях приобрести четырехкрасочную полуформатную машину. Так сложились обстоятельства, что мы ее не купили, и теперь я понимаю, что из этой покупки ничего хорошего не получилось бы, ведь наши мощности возросли бы в восемь раз.

На будущее, конечно, хочется, чтобы новая «маленькая» машина была бы промежуточной ступенью к полуформатной. Чтобы они были от одного производителя, чтобы печатники и технологи перешли бы на «большую» машину в самый короткий срок. Посмотрим, может быть, так и получится.

ГАРТ: Андрей, а почему Ваша должность называется «консультант»?

А. Б.: Потому что для меня полиграфия — хобби. В типографии есть генеральный директор, который занимается всеми вопросами производства. Я занимаюсь планированием и вопросами развития.

С точки зрения развития сложно, когда у типографий много акционеров. У нас все нормально, потому что я — единственный акционер, мне не надо ни с кем согласовывать решения, и я могу поступить прибылью, когда становится ясно, что необходимо развиваться.

Наше оборудование покупалось в кредит, и кредит на покупку первой машины был взят за год до кризиса. Понятно, что к моменту кризиса вернуть его мы не успели. Было сложно, но обязательства были выполнены. На сегодняшний день ситуация в полиграфической отрасли очень хорошая. Даже «Коммерсант» пишет о большом росте объема полиграфического производства. Теперь банки чуть ли не в очередь встают, чтобы предложить нам кредит. Тем более, что у нас установлено оборудования больше, чем на 500 тыс. долл.

ГАРТ: Интересно, когда типография перестанет быть хобби и станет бизнесом?

А. Б.: У меня уже есть бизнес — совершенно в другой области. Типография может перестать быть хобби, когда процесс станет настолько налаженным, что не будет требовать моего вмешательства, появится уверенность в перспективах и денег типография будет приносить столько, чтобы хватило на покупку виллы на каких-нибудь островах. Жить там и не думать ни о каких проблемах полиграфии. Это шутка.



Андрей ОГНЕВ
«Азбука»
Коммерческий директор

ГАРТ: Андрей, известно, что в Вашей типографии работает много Ромайоров.

А. О.: Сейчас у нас шесть Ромайоров, но недавно мы приобрели новую однокрасочную GTO 52 — правда, она еще не запущена.

ГАРТ: А какие виды продукции Вы печатаете?

А. О.: Очень разнообразные, причем как в одну-две краски, так и в четыре и более. Это все виды бланков, простые, с нумерацией, самокопирующие, визитные карточки, брошюры, листовки, буклеты, календари, фирменные конверты. Среди наших заказчиков есть представительства крупных западных фирм, которые требуют строгого соблюдения фирменного стиля и особенно фирменных цветов. Поэтому у нас не редкость многокрасочные работы, когда применяются несколько смесе-

вых красок Pantone. До кризиса один из заказчиков приносил макет для печати в семь (!) красок. И мы справлялись на Ромайорах. Мы печатаем много полноцветной продукции, например, листовок. Тиражи, в основном, 250–1500 экз.

Безусловно, Ромайор имеет проблемы при печати полноцветной продукции. Проблемы эти всем известны, но заказчиков, среди которых много достаточно серьезных, качество нашей печати полностью удовлетворяет. У нас хорошие печатники, и все, что от них зависит, они делают.

ГАРТ: Но при тираже 250 экз. вы вступаете в конкуренцию с цифровой печатью?

А. О.: Некоторые из наших клиентов пробовали использовать цифровую печать, но качество полученной продукции их не удовлетворило, и они продолжают размещать заказы у нас. Мы для себя оцениваем перспективы малого офсета следующим образом: все, что касается фирменного стиля, будет продолжать печататься на малоформатных машинах. Что касается полноцветной рекламной продукции, то, возможно, она постепенно перейдет в больший формат или на цифровую печать, но протекать этот процесс будет

постепенно, поэтому у нас хорошие перспективы минимум на ближайшие пять лет.

ГАРТ: Как Вам удается находить заказчиков и как Вы оцениваете уровень Ваших цен на продукцию?

А. О.: Полиграфический рынок в Москве не устоялся, заказчики переходят из типографии в типографию без особых колебаний. Мы не проводим широких рекламных кампаний. Большинство клиентов — крупные и очень крупные фирмы, и они стали размещать у нас заказы благодаря нашей целенаправленной работе. А найдя один раз заказчика, мы стараемся его не упускать.

Что касается цен — они у нас не самые низкие. Я бы сказал, средние по Москве.

ГАРТ: Хотелось бы узнать Ваше мнение об Интернете и полиграфии.

А. О.: Может быть, как среда для распространения рекламы Интернет пока недостаточно развит, но как средство для коммуникации — очень эффективен. Могу сказать, что по крайней мере с подавляющим большинством клиентов из больших компаний мы общаемся посредством электронной почты. Это экономит много времени.

Офсет: качество, скорость, автоматизация

Листовые офсетные машины HAMADA (Япония)

Максимальная автоматизация всех технологических процессов позволяет сократить до минимума временные затраты при переходе с тиража на тираж, делая офсетные машины HAMADA идеальным решением для оперативной печати малых тиражей качественной полиграфической продукции.

- широкий спектр запечатываемых материалов (бумага 40-370 г/м²; картон, толщиной 0,4-0,5 мм)
- не требует высокой квалификации обслуживающего персонала
- более 70 моделей одно-, двух- и многокрасочных машин формата А3 и А2 различного назначения
- не требует специальной подготовки помещения
- рентабельность на малых тиражах
- бесперебойная работа в «экстремальных» условиях



Hamada B 252 A

Ульяновск «НИССА-Волга»	(8422) 365-175
Волгоград «НИССА-Регион»	(8442) 735-095
Екатеринбург «НИССА-Урал»	(3432) 554-452
Новосибирск «НИССА-Сибирь»	(3832) 106-035

Фирма «НИССА Центр»
тел.: (095) 956-7719
факс: (095) 259-9589
<http://www.nissa.ru>
E-mail: nissa@nissa.ru

nissacentre

Полиграфическое оборудование: ■ допечатное ■ листовой офсет ■ цифровой офсет
■ флексографская печать ■ ролевая печать ■ послепечатное оборудование

Сергей СИРОТА
(Окончание. Начало на с. 1)

С. С.: Нет. И причина в том, что цены в индустрии в общем очень низкие. И если типографии с поддержанными Ромайорами, имея во много раз меньшие затраты, рады работать по таким ценам, то мы — нет. В нашей типографии все оборудование поддерживается в том состоянии, в котором оно было сразу после покупки. Все новое, починенное и обслуженное. Это требует денег. Мы работаем в две смены, штат типографии около 40 сотрудников. Соответственно, и фонд заработной платы большой. У нас нет 100% загрузки, но мы печатаем вполне достаточно, чтобы все было хорошо, если бы цены были нормальными.

ГАРТ: Расскажите о заказах, которые вы печатаете.

С. С.: Основной спрос помещается в тиражи 2–3 тыс. экз. Реже просят 500, еще реже — 10 тыс. Благодаря ВШРА, наш конек — брошюры, и мы делаем одну–две в день, типичный тираж брошюры 1000 экз. при объеме 16–32 с.

ГАРТ: С какой типографией ни разговариваешь — все знают Вас как круглосуточный фотовывод, куда можно приехать среди ночи, сдать файлы и через разумное время получить пленки. Многие удивляются: зачем Вы приобрели типографию?

С. С.: Теперь многие типографии знают нас еще и как место, где можно получить не только пленки, но и готовый тираж. Когда типография не справляется со сроками или качеством, обращается к нам.

Решение о создании типографии было принято еще до кризиса. Тогда цены на полиграфическую продукцию в России были похожи на европейские, и бизнес был достаточно выгодным. После кризиса же, когда цены «рухнули», рынок полиграфической продукции и пришел к состоянию, в котором находится по сей день.

Во всем цивилизованном мире снижение розничных цен — катастрофа. Потому что вследствие этого компании недополучают средства. В Японии, например, высокие розничные цены, и когда совокупный индекс понизился на 1%, правительство приняло решение о снижении ставки рефинансирования до нуля. А у нас правительство чуть ли не аплодирует снижению цен, значит, осознанно идет на то, что для бизнеса ситуация будет становиться все хуже и хуже. И если в цивилизованных странах бюджет формируется налогами с

доходов граждан, а корпорации щадят как единственный, собственно, источник этих самых доходов граждан, то Россия демонстрирует полностью противоположную политику.

В этой стране есть мощный источник демпинговых цен — колоссальная государственная собственность. Предприятия, которые могут работать по любой цене, лишь бы получить какие-нибудь деньги. Государство всегда окажет им поддержку. Именно это губит и малый офсет, и большой офсет, и выпечку пряников. Бизнес в России — просто непрерывное антикризисное управление. Должны, наконец, произойти изменения в лучшую сторону — должны вырасти цены, и на нашу продукцию тоже.

ГАРТ: Вы считаете, что без таких изменений бизнеса в России не будет?

С. С.: Почему, будет — как в 1987 г. Кооперативы при государственных предприятиях. Но пока цены на нефть будут держаться на сегодняшнем уровне, никто из людей, которые управляют этой страной, пальцем не пошевелит, чтобы изменить что-нибудь. Бизнес в России будет мал и несамостоятелен.

Мы пробовали прикидывать, насколько выгоден был бы этот бизнес, если бы мы работали с нашим оборудованием в Германии. С ценами на их рынке, их зарплатами и их налогами. Все было бы очень хорошо. А качество, с которым мы сегодня печатаем, было бы даже слишком высоким. Кстати, в Германии полиграфия считается термометром экономики: если подъем на рынке только наметился, то в полиграфии уже наступает рост количества заказов. И наоборот. Вот в России как раз и происходит наоборот.

ГАРТ: Развивать типографию Вы не видите смысла?

С. С.: Если ее развивать, то точно переходить в большой формат, создавать новое производство не в Москве и печатать упаковку в больших объемах, правда, с меньшей маржой. Мне кажется — это на сегодняшний день единственное полиграфическое производство, которое может само себя окупить.

ГАРТ: А как с окупаемостью Вашей типографии?

С. С.: Что такое «окупить»? Вернуть за два–три года миллион баксов кредита не называется «окупить». Через эти три года, вернув кредит, Вы остаетесь с трехлетними машинами на руках. Это называется не «окупить», а зачем-то собрать миллион и подарить дяде. Потому что на руках у Вас остается металлом.

ИНТЕРВЬЮ

Окупить — это значит расплатиться за два–три года с кредиторами и работать, как минимум, на покупку новой машины, причем более высокого класса. Исходя из такой окупаемости можно утверждать, что цены, по которым мы сегодня работаем, не позволяют окупить машину, даже если загрузить ее на 100%.

ГАРТ: А если бы у Вас была полуформатная машина?

С. С.: Это не решило бы проблемы, можно сказать, было бы полумерой. Все равно мы проигрывали бы по цене большим машинам. Для зарубежных типографий и приличных российских частных компаний (по крайней мере для нашей) основная статья затрат — заработная плата персонала. Проблема в том, что типография, оснащенная Speedmaster CD102, требует тех же 40 сотрудников, что и наша, но может производить во много раз больше продукции. Поэтому там другая арифметика и есть шанс «отбить» машину.

ГАРТ: Расскажите о том, как поживает тот самый круглосуточный фотовывод.

С. С.: Выводит. Мы обновляем оборудование, покупаем новое, а старое будем продавать. Купили сейчас фотонабор AGFA Phoenix 2350. По производительности он равен двум имеющимся AGFA Avantra 25 и качество дает прекрасное.

ГАРТ: Создалось впечатление, что вы как-то «охладели» к Интернету.

С. С.: У нас давно сайт prepress.ru. Может, раньше мы к нему относились как к хобби, но теперь решили заняться им всерьез. Только сегодня приходила на собеседование команда, которая будет, видимо, заниматься его развитием.

ГАРТ: Сергей, как жизнь вообще?

С. С.: Меня страна заботит, ее состояние, а вообще — все хорошо.

ПОЛИТОЛОГ, ПОЛИГРАФИСТ, ВЕЛОСИПЕДИСТ



Galerie Allegro 90 г/м² в Москве

Концерн M-real (Metsa-Serla), крупнейший мировой производитель бумаги и картона, начинает поставки новой бумаги плотностью 90 г/м² в Россию.

Ассортимент мелованной бумаги Galerie Art, лучшей и самой известной на российском рынке, пополнился долгожданной бумагой плотностью 90 г/м². Бумага производится в Швейцарии на фабрике Biberist, принадлежащей концерну M-real, и поставляется в Россию под маркой **Biberist (Galerie) Allegro**.

♦ **Biberist Allegro** — мелованная чистоцеллюлозная бумага, обладающая такими же великолепными печатными и рабочими свойствами, как и известная бумага Galerie Art. Но — при плотности всего 90 г/м²!

♦ **Biberist Allegro** предназначена для высокоточного контрастного воспроизведения полноцветных иллюстраций при печати журналов, каталогов, брошюр, книг, рекламных и почтовых материалов.

♦ **Biberist Allegro** при двухслойном меловании (в отличие от трехслойного бумаги Galerie Art), благодаря специальному покрытию, обладает высокой непрозрачностью, белизной и гладкой поверхностью.

♦ **Biberist Allegro** поставляется как в пачках, что удобно для небольших типографий, так и в листах, упакованных на палетах.

Технические характеристики мелованных бумаг семейства Galerie Art производства концерна M-real обеспечивают высокое качество послепечатной обработки. Рельефное тиснение, фальцовка, лакировка, вырубка на Galerie Art удовлетворяют самым высоким требованиям современной полиграфии.

GLOSS				SILK		
Масса, г/м²	Белизна ISO, %	Непрозрачность, %	Глянec 75%	Белизна ISO, %	Непрозрачность, %	Глянec 75%
Biberist Allegro (Galerie Allegro)						
90	95	91	68	95	92	28
Galerie Art						
115	96	91	80	98	94	40
130	96	94	80	98	95	40
150	96	95	80	98	97	40
170	96	97	80	98	98	40
200	96	98	80	98	99	40
300	96	99	80	98	99	40

Цена мелованных бумаг семейства Galerie Art, в том числе и **Biberist Allegro 90 г/м²**, при неизменно высоком качестве остается доступной.

Biberist Allegro позволяет дополнительно экономить на больших тиражах за счет уменьшения массы закупаемой бумаги, при этом оставляя неизменным качество оттиска. Таким образом, **Biberist Allegro 90 г/м²** является логичным дополнением ассортимента бумаги Galerie Art.

Biberist Allegro и **Galerie Art** производятся в соответствии со стандартом ISO №9002; не содержат хлора и отвечают требованиям Госсанэпиднадзора МЗРФ.

За дополнительной информацией,
образцами бумаги
Biberist Allegro и **Galerie Art**
и по вопросам приобретения обращайтесь
в компанию «АКЦЕНТ»

САМОЕ ВРЕМЯ ВСПОМНИТЬ ОБ «АКЦЕНТЕ»



GALERIE
ALLEGRO

МЕЛОВАННАЯ БУМАГА
САМОКЛЕЯЩИЕСЯ МАТЕРИАЛЫ



107005, г. Москва,
Аптекарский пер., д. 4,
центральный вход, 4-й этаж
Тел./ факс: (095) 267 9667,
261 3887, 261 6650.
E-mail: info@accentpaper.ru

www.accentpaper.ru



Марсель
ШАРИФУЛЛИН
«Апостроф»
Ведущий эксперт

ГАРТ: Марсель, как Вы оцениваете перспективы малого офсета? Ведь типографии все больше стремятся в следующую «весовую категорию» — к формату В2.

М. Ш.: У малого офсета хорошие перспективы. Я говорю это не потому, что одной из специализаций нашей компании является поставка таких машин. Просто рынок малоформатных машин развивается, мы это наблюдаем. Большой популярностью пользуются двухкрасочные машины. Клиенты печатают на них полноцветную продукцию, «поднимаются», берут вторую машину. Правда, на сегодняшний день продаются машины в основном не в Москву, а в региональные типографии. В Москве я знаю многих владель-

цев малоформатных двухкрасочных машин, которые работают на рынке несколько лет и чувствуют себя очень уверенно.

А насчет стремления к полуформатным машинам — этого нельзя отрицать. Начав с малого офсета, многие типографии заработали деньги на приобретение машин большего формата.

ГАРТ: Все-таки объективно количество продаваемых малоформатных машин по сравнению с 1997–98 гг. сокращается.

М. Ш.: Возможно, но если сравнивать сегодняшнюю ситуацию с той, то надо заметить, что изменилась структура рынка, понизились цены на все печатные машины, большое влияние на рынок оказывают продаваемые нами машины китайского производства, большую долю составляют неновые машины. Покупатель стремится приобрести самую недорогую машину и печатать на ней максимально качественную продукцию. Кстати, по сравнению с теми годами доля машин с подачей по узкой стороне сократилась очень существенно.

Я хотел бы привести основные доводы в пользу малоформатных машин

ИНТЕРВЬЮ

по сравнению с машинами большего формата.

Качество продукции

Современное малоформатное оборудование способно выдавать более качественную печатную продукцию, чем большие машины. В частности, это вызвано хотя бы тем, что выдержать точность изготовления и сборки более габаритных деталей и узлов технически сложнее. Да и бумага меньшего формата деформируется меньше.

Оперативность

Первый печатный оттиск на современной малоформатной машине всегда будет получен быстрее, чем на такой же современной большой машине.

Производительность

Малоформатные машины способны выдавать стабильно высокое качество на более высоких скоростях.

Стоимость

Меньшие начальные вложения в полиграфический комплекс уменьшают срок его окупаемости. Меньшие амортизационные отчисления снижают се-

МАЛЫЙ ОФСЕТ

бестоимость продукции, что позволяет привлекать новые заказы в обстановке конкурентной борьбы. В условиях российской экономики малоформатная типография может обеспечить более устойчивый и надежный бизнес.

Требования к помещению

Малоформатная техника требует менее мощного фундамента, и ее легче внести и разместить в подобранном помещении. Возможна установка печатных машин в подвальных помещениях со сложной системой прохода или на верхних этажах зданий, чего в принципе невозможно сделать с большими машинами.

ГАРТ: И что же печатают сегодня на малых машинах?

М. Ш.: Малоформатные машины всегда имели свою уникальную нишу на рынке печатной продукции — это визитки, бланки, конверты и пр. Сегодня на малых машинах печатают полноцветную продукцию. И я считаю, что на тираже до 5 тыс. двусторонних полноцветных А3 малоформатная машина эффективнее, чем полуформатная той же красочности. Брошюры достаточно

большого объема печатать на полуформатной машине, конечно, выгоднее, но для этого в типографии кроме машины должно быть еще и финишное оборудование.

Я много езжу по стране, бываю в региональных типографиях и вижу, что на малоформатных машинах печатают этикеточную продукцию миллионными тиражами, захватывая большую долю рынка. Многокрасочная малоформатная машина в Казани, например, работает в три смены на скорости 10–13 тыс. отт/ч. И в этом случае она «бьет» по эффективности любую другую машину.

ГАРТ: Это, скорее, связано с отсутствием в регионах высококачественных полуформатных машин.

М. Ш.: Да, ведь характерная машина — неновый «Доминант», который не справится с печатью высококачественных этикеток. Мы, кстати, начинаем поставлять тяжелые китайские полуформатные и полноформатные машины Yiyi, и я считаю, у них прекрасные перспективы. Мы уже продемонстрировали, что умеем выводить на рынок новые марки оборудования. Машины Gronhi формата А2, поставляемые, в

основном, для печати районных газет, за два года прошли путь от единичных экземпляров никому не известной торговой марки до более 30 установленных по всей России машин.

ГАРТ: А как Вы оцениваете перспективы малого офсета в конкуренции с цифровой печатью?

М. Ш.: Я считаю, что за цифровой печатью будущее, но на сегодняшний день у нее пока очень мало шансов в борьбе с малым офсетом. Я знаю офсетные типографии, где печатники умеют делать все очень быстро: практически время на выполнение срочного тиража почти такое же, как на цифровой печатной машине. И это при себестоимости в несколько раз меньшей. Вообще, я много разговаривал с владельцами цифровых печатных машин, и у меня сложилось мнение, что эти машины пока еще очень далеки от больших лазерных принтеров, за которые их пытаются выдавать продавцы оборудования. Они требуют достаточно много сил для обслуживания, и это часто такая же «грязная» работа, как и в офсетной печати.

Если Вы пока не получаете ГАРТ, но хотели бы получать его регулярно — заполните и пришлите в редакцию эту анкету.

Ваша фирма — это:

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

☐ прочее

Основные виды продукции:

- ☐ Рекламно-коммерческая
☐ Газетная
☐ Бланочная
☐ Этикеточная
☐ Картонная упаковка
☐ Книжная
☐ Журнальная
☐ Беловая
☐ Гибкая упаковка

☐ прочее

Сколько человек работают в Вашей фирме?

- ☐ менее 10
☐ от 10 до 50
☐ от 50 до 100
☐ от 100 до 300
☐ более 300

Какое оборудование установлено у Вас?

- ☐ Допечатное
☐ Малоформатные офсетные машины (до 36×52 см)
☐ Полуформатные машины (до 52×74 см)
☐ Машины большого формата (70×100 см и больше)
☐ Рулонные офсетные печатные машины
☐ Узорулонные флексографские машины (до 60 см)
☐ Широкоформатные флексографские машины

☐ прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

ОЦЕНКА ОБЪЕМОВ ПОСТАВОК В РОССИЮ ЛИСТОВЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ

с. 14

КАЧЕСТВО ВЫШЕ ЦЕНЫ



зпог 90



пог 60



пог 66



Офсет 52



ПОГ2-84

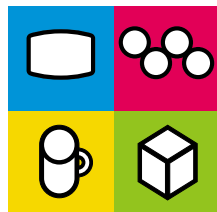
**именно то, что нужно
для печати цветных газет**

продуманная модульная конструкция
машины позволяет получать оптимальную
конфигурацию для любых видов продукции

ПОЛИГРАФМАШ
конструкторско-производственный центр

ОАО «КПЦ Полиграфмаш»
152900, г. Рыбинск,
ул. Луговая, 7
т. (0855) 26-32-03, 26-77-22
ф. (0855) 26-32-03
E-mail: rpm@yaroslavl.ru

Представительство в Москве:
ООО «Поливест-М»
105023, г. Москва,
ул. М. Семеновская, д. 3а, оф. 914
т/ф. (095) 964-8345, 964-9967
E-mail: rpm_moscow@mail.ru



Активные ингредиенты

Профессионалы
Хорошо подготовленные, опытные и квалифицированные специалисты
Оптимально подобранное оборудование
Качественные расходные материалы
Единая технологическая цепочка
Оперативный контроль за качеством на всех этапах производства
Внимание к мелочам
Применение новейших достижений полиграфической науки



Т.: (095) 450-5001, Ф.: (095) 913-9850

www.alfa-design.ru



Александр ШНАЙДЕР
«Типография Арес»
Генеральный директор

ГАРТ: Александр, считается, что перспективы «малого офсета» — типографий, оснащенных малоформатными машинами — не самые лучшие. Каково Ваше мнение?

А. Ш.: Сегодня на этом рынке в силу целого ряда обстоятельств предложение услуг существенно превышает спрос. Отсюда — чрезвычайно высокая конкуренция и цены, которые делают этот бизнес далеко не самым прибыльным. Я не думаю, что сегодня кому-то имеет смысл вкладывать деньги для того, чтобы начинать «малый офсет» с нуля. По крайней мере, в Москве это практически безнадежное дело.

ГАРТ: Любопытно! Расскажите о Вашей типографии.

А. Ш.: «Арес» — типография, специализирующаяся на оперативной печати. Это именно типография, а не салон с одной-двумя машинами. У нас две территории. Здесь, в Давеом переулке, установлены Heidelberg GTO 52-2, GTO 52-1 и Quickmaster 46-1. Другая территория — в районе метро «Авиамоторная», там GTO 52-2, три Ромайора и большой набор послепечатного оборудования.

Есть строгое распределение машин по типам заказов. Ромайоры используются для печати конвертов, бланков и визитных карточек, а на GTO мы печатаем полноцветную продукцию. Я считаю, что типография не может работать эффективно, если на одних и тех же машинах одни и те же печатники должны делать заказы от ста визиток до 10 тыс. полноцветных буклетов.

ГАРТ: Комплект оборудования интересный, но машины, прямо скажем, очень разного класса. А велика ли доля продукции, которую Вы печатаете на Ромайорах?

А. Ш.: Так сложилось, что мы печатаем конверты, бланки и визитки, прежде всего, благодаря печатному участку с Ромайорами. Это машины, идеально подходящие для печати такой продукции — и в одну, и в несколько красок. Наши печатники могут напечатать 25 листов с визитками практически без отходов.

Печать визиток — вообще некий специальный бизнес. Стоимость их изготовления в абсолютном выражении настолько невелика, что понятия «средней» или «низкой» цены здесь теряют свою актуальность. В этом случае клиентов интересует не стоимость визиток, а другие факторы — качество, «заточенность», так сказать, типографии под их изготовление.

Простой пример: некоторое время назад мы были вынуждены повысить цену на комплект из ста визиток, причем, значительно. Оказалось, что количество мелких заказов несколько не изменилось. Комплект из двухсот стоит немного дороже, казалось бы, закази двести — будет выгоднее, но все равно чаще всего заказывают по сто штук.

ГАРТ: А чем загружены GTO?

А. Ш.: На них тоже бывают разные тиражи. От 50 листов — цветных постеров для квартальных календарей — до 10 тыс. и больше разнообразной другой продукции. Но наш средний тираж — 2–3 тыс. экз.

ГАРТ: Кто Ваши заказчики?

А. Ш.: У нас их много. Очень разные: и большие, и очень большие, и маленькие. Но самый крупный заказчик дает не более 7–10% от общего объема заказов. Примерно половину общего объема заказов приносят рекламные агентства.

ГАРТ: Что можно сказать о конкуренции на московском рынке?

А. Ш.: Мы несколько раз в год проводим маркетинговое исследование, обзваниваем конкурентов. Судя по результатам, из четырехсот типографий, которые упоминаются в справочниках, цены «Типографии Арес» находятся в нижней четверти этого списка. Можно сказать, что наши цены не очень высо-

ЗДАНИЕ, ГДЕ НАХОДИТСЯ «ТИПОГРАФИЯ АРЕС»



кие. Но приходят заказчики, которые утверждают, что можно печатать еще дешевле. Да, и очень многие типографии, имеющие меньшие накладные расходы, предлагают низкие цены.

Мы так не можем, поскольку есть затраты, от которых нельзя уйти. Само расположение в престижном комплексе «Дав-Плаза» говорит о многом. Нам советуют сократить штат, самим монтировать пленки, перевести некоторое количество сотрудников на повременную оплату: есть работа — платить, а нет — нет. Все эти варианты для нас неприемлемы.

ГАРТ: За счет чего Вам удастся конкурировать на рынке?

А. Ш.: Я считаю, что в первую очередь за счет хорошей организации производства, за счет тщательной технологической и экономической проработки всех производственных этапов и свывания их в одно целое. У нас на каждую машину есть план: что она печатает в течение ближайших двух, в крайнем случае, полутора недель. Вероятно, для типографии, в которой один Speedmaster, план не нужен: есть работа — поставил и напечатал, а нет работы — техника стоит.

Для нас же простые машины из-за допечатной подготовки — это ЧП. Неэффективно составленный план, когда два заказа можно было отпечатать вместе, не смывая лишней раз машину — тоже ЧП. У нас есть свои нормы и есть тираж, меньше которого выгоднее напечатать на однокрасочной GTO, а больше — на двухкрасочной. Мы знаем стоимость часа работы для каждой нашей машины, знаем, сколько она может принести денег печатая и сколько мы теряем, если она простаивает.

ГАРТ: А переходить в больший формат Вы не планируете?

flexoplus.ru

сайт,
посвященный
флексграфии.
конференция.

заходите!

А. Ш.: Есть много примеров, когда конкуренты печатают очень короткие тиражи на полуформатных машинах. Я считаю, что люди зря мучаются. Тем не менее, для того, чтобы работать на рынке производства брошюр и журналов, я скорее всего, рано или поздно куплю полуформатную машину. Пока не получается, может быть, на следующий год. Мы недавно приобрели новую GTO 52-2 и очень ею довольны. Кстати, наш поставщик нового оборудования уже занимается продажей машин не только из европейских, но и из разорившихся российских типографий.

ГАРТ: Ощущаете ли Вы конкуренцию со стороны цифровой печати?

А. Ш.: На данный момент слишком мало продукции производится на цифровых машинах. Может быть, больше на Quickmaster DI, а на машинах класса Indigio и Xeikon — вообще ничтожное количество по сравнению с офсетными машинами. Конечно, цифровая печать имеет важное преимущество — персонализацию, но таких заказов пока совсем немного.

ГАРТ: Как Вы относитесь к Интернету?

А. Ш.: Я рассматриваю его как новый источник заказов для типографии, и наш опыт это подтверждает. Некоторое время назад мы провели исследование и пришли к выводу, что ни одной типографии с хорошим, постоянно обновляющимся сайтом пока нет. Решили стать первыми и успели это сделать. Я считаю, что хорошая типография должна чем-то выделяться среди других. Наш сайт на сегодняшний день один из лучших среди сайтов, принадлежащих типографиям.

ГАРТ: Каких усилий это стоило?

А. Ш.: Было два пути: заказать за большие деньги разработку или, потратив много времени, сделать все самим.

Мы выбрали второй путь и не жалеем. Правда, времени на разработку действительно было потрачено много.

Очень трудоемкой была разработка калькулятора для расчета стоимости заказа в режиме online. Я внимательно слежу за посещением сайта. Сейчас в среднем в день рассчитывается около 50 заказов. Но, конечно, не все, кто рассчитывает, приходят потом к нам печататься. Пользуются нашей системой расчета и конкуренты.

На сегодняшний день основное внимание уделяем «контенту» — информационному наполнению сайта: мы стараемся сделать его максимально интересным. Только что появился удобный словарь полиграфических терминов, в ближайшее время выложим подробную и занимательную историю печатного дела.

ГАРТ: И сколько людей обращается к Вам, узнав об «Типографии Арес» из Интернета?

А. Ш.: Каждый день к нам приходят клиенты, получившие информацию с нашего сайта, и я надеюсь, что этот поток заказов будет расти.

СПРИНГЛАЙН

Мировое качество Российских пружин

КОПИТАН

Проволока BEKAERT - Nylobind

Евростандарт **0.7 0.8 0.9** мм

Технология Bielomatik

Полный цикл производства
Комплексный контроль качества

Экономичные катушки OSC

Многоразовое использование
Возврат катушек

www.kopitan.ru
(095) 251-0043





Сергей РАДВАНЕЦКИЙ
ПЦ «Мультипринт»
СПб
Генеральный директор



Леонид ПОЗДЕЕВ
Холдинг
«Иван Федоров»
СПб
Президент

ГАРТ: Сергей, Вы руководите большой типографией, и, кроме того, издаете газету «Печатное дело». Теперь Вы еще и Президент Союза полиграфистов СПб. Зачем Вам это все? Не слишком ли много для одного человека?

С. Р.: Когда я пришел в полиграфию несколько лет назад, у меня было очень мало информации о состоянии отрасли города. Поэтому я и сделал газету, чтобы через нее одним из первых узнавать о том, что происходит вокруг. Информированность вывела на общие для всех полиграфистов проблемы. Союз — орган, призванный их решать. Мы видели, что Северо-Западная ассоциация полиграфистов не активна, и состояла она в основном из руководителей государственных предприятий. Тон же в отрасли сегодня задают частные компании.

ГАРТ: В Межрегиональной ассоциации полиграфистов тоже немного частных типографий.

С. Р.: Да, но у МАП есть реально действующая организационная структура, влияние, известность и авторитет. А глава МАП — Б. А. Кузьмин — всегда полон идей и новых проектов.

Идею создания Союза полиграфистов СПб поддержали практически все крупные предприятия, ведь к тому мо-

менту все уже поняли: чтобы нормально работать, руководителям необходимо общаться между собой, но это общение не должно происходить в форме «встретились, наговорились, разъехались и... все кануло в Лету». Был необходим исполнительный орган, который бы после таких встреч занимался решением обозначенных проблем. Короче говоря, создали Союз, он, кстати, объединяет не предприятия, а их руководителей — частных лиц, и на сегодняшний день в Союзе уже 47 членов. Они представляют не только типографии, но и поставщиков полиграфического оборудования и материалов.

Одним из главных мероприятий, организованных Союзом, стал проведенный в марте съезд полиграфистов Санкт-Петербурга. В нем участвовали более 220 руководителей полиграфических предприятий. Они выразили поддержку Союзу.

ГАРТ: Какие вопросы обсуждаются на заседаниях?

С. Р.: В основном, все вопросы относятся к общекорпоративным интересам. Например, очень важной для всех предприятий является проблема кадров, и решать эту проблему лучше сообща. Санктпетербургский филиал МГУП находится в плачевном состоя-

ИНТЕРВЬЮ

нии. Финансирования нет ни из федерального бюджета, ни из городского. Союз будет работать над решением проблемы кадров, и я считаю, что нам удастся изменить ситуацию. Кроме того, проводимые Союзом мероприятия призваны способствовать продвижению услуг, оказываемых нашими полиграфическими предприятиями.

Емкость рынка Северо-Западного региона невелика, а мощности предприятий позволяют работать на заказчиков из других регионов. По различным оценкам, до 15% полиграфической продукции на российском рынке сделано в СПб. Чтобы заниматься продвижением услуг питерских полиграфических предприятий, Союз взял на себя инициативу проведения в сентябре новой выставки, организованной в интересах полиграфических предприятий, а не владельцев выставочного комплекса.

Л. П.: Я хотел добавить, Союз полиграфистов создан для того, чтобы способствовать переходу от «дикого» капитализма в полиграфии к цивилизованному полиграфическому рынку. По некоторым вопросам необходимо выработать корпоративную этику, набор правил, которые нельзя нарушать. Эти правила относятся не только к ценообразованию, но и к кадровой политике. И если авторитет Союза позволит решать проблемы с предприятиями, которые выходят за рамки этих правил, то, я считаю, задача будет выполнена.

ГАРТ: Но таким способом решить проблему все равно не удастся.

Л. П.: Конечно. Но если взять, к примеру, вопрос уровня заработной платы, то разница между предприятиями на 10–20% нормальна. Если же оказывается, что кто-то платит печатнику в два раза больше, то возникает вопрос: как у него это получается?

ГАРТ: Леонид, Вы руководите крупным холдингом. Как идут дела?

Л. П.: Рынок развивается, усиливается конкуренция. Многие предприятия обновляют оборудование. Мы тоже приобрели у фирмы КБА новую машину. Она будет демонстрироваться на «ПолиграфИнтер 2001».

Я хотел сказать, что мне очень нравится ГАРТ, я — Ваш постоянный читатель. Но Вы пишете только о московских предприятиях. Мы приглашаем Вас приехать в Питер. Посмотрите, как живут наши полиграфисты, пообщайтесь с людьми...

ГАРТ: Хорошо, давайте назначим на ноябрь выход ГАРТ, посвященного полиграфии СПб, в нем и продолжим тему.



**DIGI
PRINT
MEDIA**



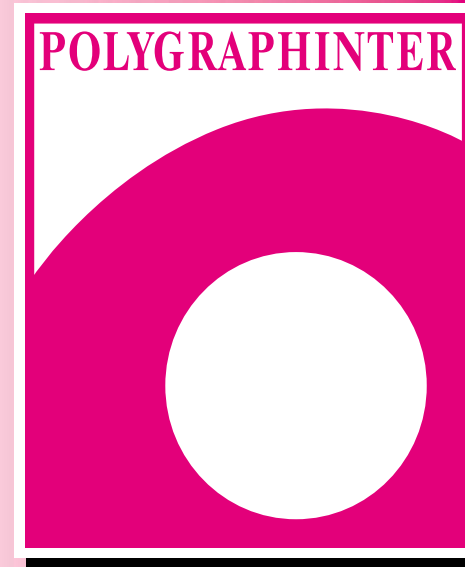
25-28.03.2002

DigiPrintMedia



www.polygraphinter.ru

ПолиграфИнтер - 2001



**МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА**

**ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО
ОБОРУДОВАНИЯ
И ТЕХНОЛОГИЙ**

**Россия, Москва
Культурно-выставочный
центр «Сокольники»**

30 октября - 4 ноября

ОРГАНИЗАТОРЫ ВЫСТАВКИ:



**МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ПОЛИГРАФИСТОВ**

Тел.: (095) 250 4568



**КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
СОКОЛЬНИКИ**

Тел./факс.: (095) 269 5866, 268 9904

Впервые в России!

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
ДЛЯ ИЗДАТЕЛЬСКО-
ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО
И РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА**

**РОССИЯ, МОСКВА
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
Тел./факс: (095) 268 9904
e-mail: tkacheva@exposokol.ru**

www.digiprintmedia.ru

ОРГАНИЗАТОРЫ ВЫСТАВКИ:



**КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
СОКОЛЬНИКИ**



**МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ПОЛИГРАФИСТОВ**

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ СПОНСОР:
IFRA — МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ
ИЗДАТЕЛЬСКИХ И МЕДИА-ТЕХНОЛОГИЙ**

**Не пора ли
ЗАПРАВИТЬСЯ?**

До 30 сентября
в магазине
при предъявлении
купона скидка 5%

8 882805 197503

Расходные материалы для офсетной и флексографской печати

Heidelberg Digital
127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2а
тел.: (095) 742 34 57
Digital@ru.heidelberg.com

Адрес магазина:
Даниловская наб., д. 4а, корп. 7
тел.: (095) 913 85 00; 773 80 61
Понедельник-пятница: 10:00-20:00
Суббота: 10:00-16:00

HEIDELBERG

Мы решили посчитать

Редакция часто общается с полиграфистами и поставщиками оборудования и материалов. Один из многократно обсуждавшихся вопросов связан с соотношением поставок в Россию офсетных машин различного формата. Так как участники дискуссии выражали подчас противоположные мнения, мы решили сделать собственную оценку объемов поставок офсетных машин в Россию.

Человека, знакомого с рынком полиграфического оборудования, приве-

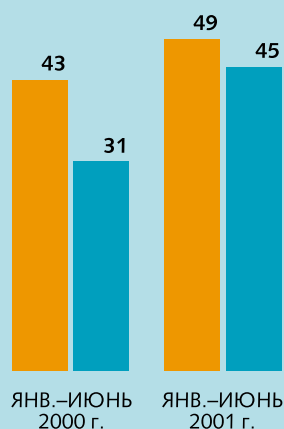
денные ниже диаграммы на первый взгляд заставят усомниться в результатах расчетов. Нас результаты тоже удивили, поэтому мы много времени уделили уточнению различных позиций. В результате возникла уверенность в том, что цифры отражают реальную ситуацию на меняющемся рынке. В основе расчета лежит статистическая информация, предоставляемая Государственным таможенным комитетом, а уточнения были сделаны после консультаций с представителями фирм-поставщиков оборудования, которые пожелали остаться неизвестными.

ОЦЕНКА РЫНКА

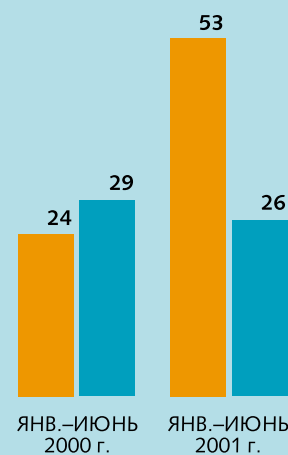
ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

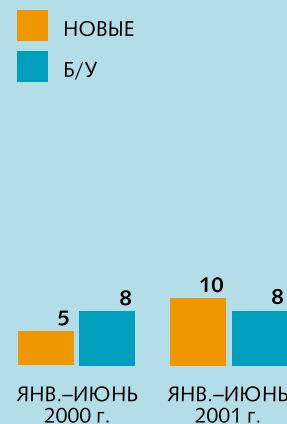
МАЛОФОРМАТНЫЕ МАШИНЫ (А3, В3)



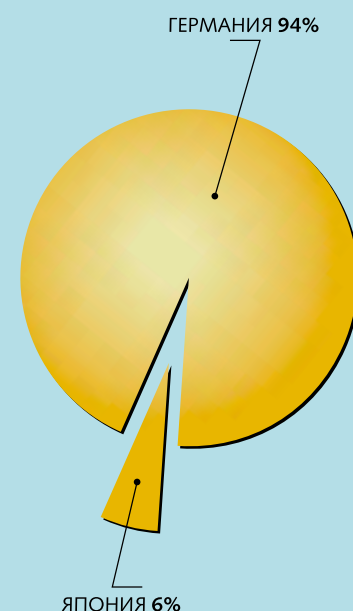
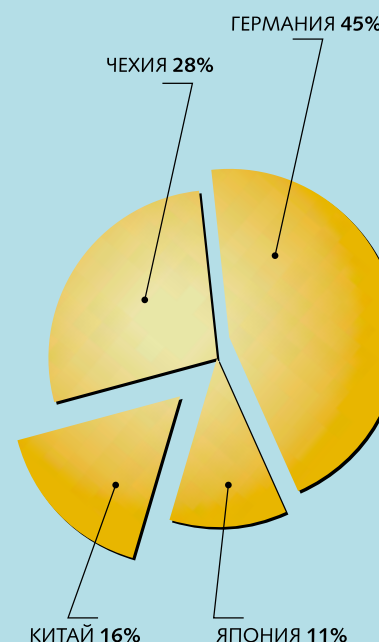
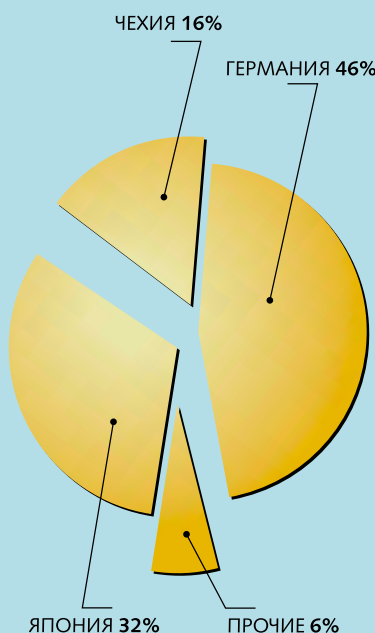
ПОЛУФОРМАТНЫЕ МАШИНЫ (А2, В2)



МАШИНЫ БОЛЬШОГО ФОРМАТА (В1)



ОБЪЕМЫ ПОСТАВОК ЛИСТОВЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК (шт.)



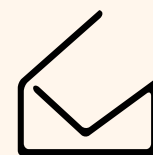
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИМПОРТИРОВАННЫХ В 2001 г. ПЕЧАТНЫХ МАШИН ПО СТРАНАМ ПРОИСХОЖДЕНИЯ

(ОЦЕНКА ГАРТ)

самые нефиктивные мероприятия

объединенные рассылки

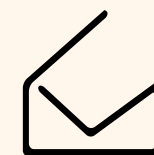
ПО БАЗЕ ДАННЫХ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT BASIC

\$100*

ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ **GART DIRECT**
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ



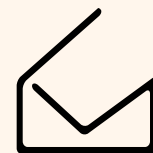
DIRECT PRO

\$300*

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

специальные рассылки

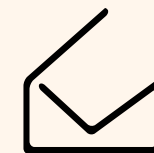
ПО БАЗЕ ДАННЫХ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



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

107140, Москва, Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217

Телефон/факс:
(095) 264 3708
(095) 264 9722

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

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100. 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