

# ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 10(40) ■ ОКТЯБРЬ 2003

**ЧТО ПОСМОТРЕТЬ**  
НА «ПОЛИГРАФИНТЕР 2003»

с. 26



**В НОМЕРЕ:**

НАКАНУНЕ ГЛАВНОГО СОБЫТИЯ ГОДА	<b>3</b>
MERCURY ПО-РУССКИ	<b>8</b>
СОТРУДНИЧЕСТВО НА ПЕРСПЕКТИВУ	<b>11</b>
ЧТО ПОСМОТРЕТЬ НА ПОЛИГРАФИНТЕР	<b>26</b>
КТО ЧТО ПЛАНИРУЕТ ПРИБРЕСТИ	<b>30</b>

**Стали появляться новые компании, которые планируют заниматься поставками полиграфического оборудования и материалов. О чем это говорит? Наверное, о том, что пока на этом рынке все хорошо**

А. Романов (с. 3)

**Логичным шагом станет появление в России европейских бумажных оптовиков, имеющих прямые связи с производителями бумаги и картона**

О. Докин (с. 24)



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

**ГАРТ:** Михаил, не секрет, что «Линия График» служит для многих типографий неким эталоном успешного бизнеса. Скажите, как идут дела в этом году?

**М. А.:** Все нормально, работаем стабильно, чувствуется, что есть потенциал роста, и мы его реализуем.

**ГАРТ:** А если сравнивать с прошлым годом? Просто мнения разных людей по поводу состояния российского полиграфического рынка расходятся. Как по-Вашему, он сильно растет или уже стал более или менее стабильным?

**М. А.:** Мы знаем только свои показатели. У нас в отдельные месяцы этого года был рост на 25% по сравнению с прошлогодними результатами. Но судить по этим цифрам об общем состоянии рынка я бы не стал. Конечно, хочется верить, что это общий рост, но возможно, это перераспределение клиентов между типографиями.

**ГАРТ:** Конкуренция на московском полиграфическом рынке достаточно высока. Интересно, за счет чего привлекаете новых клиентов вы?

**М. А.:** Может легче сразу «отдать ключ от квартиры, где деньги лежат»? (Смеется). Если серьезно, то необходимо предоставить клиентам сервис на самом высоком уровне. Это не простые слова. Такие вопросы, как число менеджеров, качество обслуживания, точное выполнение заказов и сроки, лежат на поверхности. Но мы еще оказываем дополнительные услуги и оперативно реагируем на конъюнктурные изменения на рынке.

**ГАРТ:** Специализируетесь на рекламно-коммерческой продукции или упаковке — не менее важное направление?

**М. А.:** Все взаимосвязано — сегодня производство продукции для рекламного рынка требует использования технологий, которые применяются и в упаковке. Кроме того, оба направления требуют очень высокой квалификации персонала.

Доля упаковки в общем объеме нашего производства составляет около 20%. Можно сказать, что мы выпускаем ее в промышленных масштабах, но делать коробки для стирального порошка не стремимся.

(Продолжение на с. 4)

# galerie art



**СПОСОБНАЯ ПЕРЕДАВАТЬ**

ИСКУССТВО

Генеральный  
дистрибьютор в России



Москва, Аптекарский пер., 4  
(095) 729-54-64

**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.kursiv.ru/gart**E-mail:** gart@kursiv.ru**Учредитель:** издательство «Курсив»**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ

andrei@romanov.ru

**Ведущий редактор:** Екатерина ГЖИМАЛО

kat@kursiv.ru

**Адрес редакции:**

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

**Для писем:** 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 264 3708**Подписано в печать:** 13.10.2003

Отпечатано в типографии «Август Борг»

Москва, ул. Верхняя Первомайская, д. 47, корп. 11

Телефон: (095) 965 0319, 965 0320

Заказ № 4697

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2003

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

**НАКАНУНЕ  
ГЛАВНОГО СОБЫТИЯ  
ГОДА**

Студенты живут от сессии до сессии, а полиграфисты — от «ПолиграфИнтера» до «ПолиграфИнтера». В этот момент принято в подводить итоги, и нам удалось поговорить с руководителями трех компаний-поставщиков оборудования. Не получилось встретиться с руководством «Гейдельберг СНГ», но в следующем номере, я надеюсь, будет и это интервью.

На «ПолиграфИнтер» в этом году ожидается «засилье» цифровых технологий. И Heidelberg, и КБА привезли свои машины с непосредственным экспонированием пластин. Видимо, есть потенциальные заказчики, иначе это было бы неразумно.

Интересно, что как раз к выставке стали появляться новые участники рынка — компании, которые планируют активно заниматься поставками полиграфического оборудования и материалов. Менеджеры мигрируют, переходят из одних компаний в другие или даже создают новые. О чем это говорит? Наверное, о том, что пока на этом рынке все хорошо.

По плану этот номер посвящен послепечатному оборудованию. Мы решили поговорить с поставщиками материалов и машин для скрепления календарей. Надеюсь, в разгар сезона эта тема окажется актуальной.

Я думаю, главное интервью номера — это беседа с М. Аппалоновым. За короткими и емкими ответами руководителя «Линии График» кроется самый большой среди владельцев типографий опыт работы по оказанию именно комплексных услуг.

Мы, кстати, обещали рассказать в одном из ближайших номеров о подробностях возвращения AlphaGraphics в Россию. Так вот, франчайзинг на Россию приобрела у AlphaGraphics компания «Терем». К сожалению, нам не удалось задать руководству этой компании вопросы, которые интересуют читателей. Надеюсь, в ближайшее время пробел будет восполнен.

Вообще, этот номер ГАРТ делался, мягко говоря, в большой спешке. Все торопятся успеть к «ПолиграфИнтер», и мы — тоже. Номер сдается в понедельник 13 октября. Надеюсь, что в пятницу он уже начнет рассылаться, и читатели получат его вовремя, еще до начала выставки. Хотелось бы заранее поблагодарить типографию «Август Борг» за оперативность в обслуживании такого привередливого заказчика, как мы. Это первая типография, в которой мы печатаем ГАРТ больше года. Просто нас там все устраивает.

**Андрей Романов,  
главный редактор**

P. S. Я бы порекомендовал всем читателям посетить «ПолиграфИнтер 2003». Он, как обычно, обещает быть интересным. Напомню, что в будущем году придется ехать намного дальше — в Дюссельдорф или, по крайней мере, на 66-й км МКАД ;-)

## ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

**НОЯБРЬ 2003:**  
КАДРЫ В ПОЛИГРАФИИ

**ДЕКАБРЬ 2003:**  
БУМАГА

**ЯНВАРЬ 2004:**  
ЗАКАЗЧИКИ  
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ  
ПРОДУКЦИИ

**ФЕВРАЛЬ 2004:**  
ТЕХНОЛОГИИ СТР

## AUGUSTBERG

Спуск полос, вывод фотоформ  
и печать: типография  
«Август Борг»

**Комус**  
П С Б К

Бумага мелованная матовая  
Galerie Art Silk плотностью 130 г/м<sup>2</sup>  
предоставлена фирмой «Комус»

**БЕРЕГ**

Конверты для рассылки  
предоставлены фирмой «Берег»

**Михаил АППАЛОНОВ**  
(Продолжение. Начало на с.1)

Наш рынок — это дорогая упаковка, например, сектор парфюмерии и косметики. Печатается она преимущественно на невпитывающих материалах, ламинированном картоне и пластиках и требует сложной отделки.

**ГАРТ:** Наш предыдущий номер был посвящен малому офсету. Эта тема волнует многих. У Вас в составе оборудования есть четырехкрасочный Speedmaster SM 52. При наличии такого же, но полуформатного, а также трех полноформатных машин, является ли он все еще востребованным?

**М. А.:** Да, он загружен, но в последнее время все более востребованной является продукция, которая лакируется «в линию», поэтому некоторую часть работ приходится ставить на машины с лакировальными секциями, а в нашем случае это машины полного формата.

**ГАРТ:** Лакирование требуется для оперативности или это делается по просьбе заказчика?

**М. А.:** Бывает и так, и так, но я бы хотел сказать, что у нас нет «неоперативных» заказов. Они все оперативные.

**ГАРТ:** В таком случае, что такое оперативный заказ для «Линии График»? Когда он выполняется в течение трех суток?

**М. А.:** Все зависит от заказа. Если он сложный, с высечкой и склейкой, то оперативно выполняется в течение недели. А простую листовую четырехкрасочную продукцию мы можем сделать и в течение суток. При нашей организации производства допечатная подготовка — проверка заказа, необходимая корректировка и вывод пленок — зачастую занимает больше времени, чем сама печать.

**ГАРТ:** В свете оперативности сейчас все говорят о печати УФ-красками, как о хорошей перспективе.

**М. А.:** Все зависит от специализации конкретной типографии. Если у нее есть заказы на дорогую упаковку, то использование УФ-красок может быть оправдано, но если с такой печатной машиной пытаться конкурировать на рынке обычной рекламно-коммерческой продукции, то может не получиться — слишком высока окажется себестоимость, ведь эти краски существенно более дорогие. Мы, например, решили приобрести полуформатный Speedmaster, оснащенный всем необходимым для печати УФ-красками. Но их использование, конечно, не является «простым» решением, которое будет панацеей от всех бед.

**ГАРТ:** А заказов с использованием дополнительных красок, для которых требуются пяти- или шестикрасочные машины у Вас много?

**М. А.:** Дополнительные краски используются, наверное, в 20% работ. Но есть сложные заказы, для печати которых необходимо класть одну краску с двух секций, чтобы выкатать хорошую плашку или избежать шаблонирования. Если говорить о таком использовании многокрасочных машин, то это около 30–40% работ.

Причем, если мы занимаемся допечатной подготовкой, то сразу предусматриваем эту возможность. А если приходит агентство с готовыми пленками, то сделать ничего нельзя. Иногда удается договориться с заказчиком, чтобы он переделал макет, а в некоторых случаях мы переделываем его за свой счет.

**ГАРТ:** В «Линии График» очень много послепечатного оборудования. Оно требует квалифицированных специалистов. Все это — существенные затраты?

**М. А.:** Да, и с этим ничего не поделаешь. В Москве практически нет возможности сделать сложный заказ по кооперации. Нормальных фирм, специализирующихся

на отделочных операциях, так и не появилось. Поэтому приходится все держать у себя. Зато это дает возможность оперативно изготовить тираж сложной продукции.

**ГАРТ:** Можно все-таки делать рекламную продукцию по кооперации? Отпечатать у себя, а отделку отдать на сторону. Вроде бы, есть несколько специализированных, именно отделочных производств.

**М. А.:** Теоретически — можно. Но здесь очень велика ответственность за сроки и

**Я отдаю себе отчет в том, что у нас есть печатники разного класса. Но качество печати всегда должно быть одним и тем же**

качество. Поэтому стабильно так работать нельзя. Что касается отделочных производств, то они либо принадлежат какой-то типографии, либо, поработав некоторое время, сами заводят у себя печатное оборудование и становятся типографией.

Даже если они не покупают печатную машину — все равно начинают предлагать своим клиентам услуги по печати и отделке. Это специфика нашего рынка.

**ГАРТ:** То есть мы никогда не придем к западному варианту, где полиграфические предприятия в основном специализированные?

**М. А.:** На Западе тоже есть универсальные типографии, которые имеют много различного послепечатного оборудования. Все зависит от того, какую продукцию они производят.

Типографии, которые занимаются печатью рекламной-коммерческой продук-



ции — это не монстры, а небольшие предприятия. Они не входят в крупные концерны. Да, на рынке упаковки, печати книг, газет или журналов все по-другому, но в секторе, где работаем мы, все так есть и будет.

**ГАРТ:** Из послепечатного оборудования в «Линии График» есть уже все. Или что-то нужно еще?

**М. А.:** Конечно, есть не все. Например, нет твердого переплета, и это, наверное, единственная вещь, которую мы делаем на стороне.

В принципе, нужен еще один ВШРА, потому что берут очень большие заказы, которые на одном приходится скреплять круглосуточно в три смены, чтобы успеть по срокам.

Можно было бы еще купить новое бесшвейное скрепление и трехножевую резальную машину.

**ГАРТ:** А машину для вклеивания окошек не планируете купить?

**М. А.:** Возможно, мы и ее приобретем. Нужно просто понять — какую.

Кстати, а трафаретная печать к чему относится?  
**ГАРТ:** Видимо, к печатному оборудованию.

**М. А.:** Я считаю, что однозначно к отделочному. У нас очень большие мощности по трафаретной печати, и на 80–90% они загружены выборочной УФ-лакировкой. Мы с удовольствием принимаем со стороны заказы на эти работы.

**ГАРТ:** Михаил, а календарей вы много делаете?

**М. А.:** Да, очень много. Мы в свое время активно участвовали в создании этого рынка, делаем очень много календарей разных видов, печатаем и продаем календарные блоки.

Календарный бизнес — очень хороший, и это надо долго. Ведь новые компании создаются постоянно, а через год-два им уже нужны сувениры, включая календа-

ри. Заказов очень много. Правда, большинство типографий уже освоило производство этой продукции и конкуренция здесь высокая.  
**ГАРТ:** Квартальные календари тоже делаете?

**М. А.:** Да, много. Сейчас, правда, по сравнению с тем, что было пять лет назад, их стало поменьше, но тем не менее. Мы первыми придумали делать упаковку к квартальным календарям. Получается настоящий сувенир, который не стыдно дарить. Такой уже не раскроется в самый неподходящий момент.

Вообще, наше отделочное оборудование помогает максимально разнообразить календарную продукцию.

**ГАРТ:** Но если отпечатать календари сегодня может любая типография, то скрепить их — задача непростая?

**М. А.:** Мы для себя ее решили. Если раньше приходилось нанимать 50–100 сезонных рабочих, то теперь,

после того как приобрели несколько автоматических машин для перфорации и скрепления, обходимся своими силами.

**ГАРТ:** Это оправданные инвестиции? Ведь труд сезонных рабочих стоит, наверное, не очень дорого?

**М. А.:** Инвестиции оправданные. Конечно, большую часть года это оборудование не загружено и наполовину, зато в период пиковой нагрузки оно справляется. Кроме календарей есть, конечно, и другие виды продукции, для которых требуется скрепление пружиной. Эта продукция не имеет ярко выраженной сезонности, и мы стараемся подобные заказы брать и делать.

**ГАРТ:** Вы ездите по миру, видели много типографий в других странах. Как по-Вашему, в каком состоянии находится наша полиграфия?

**М. А.:** Если оценивать объем рынка, то в России он «никакой». Если сравнивать техни-



## Послепечатное оборудование

Экспертиза, консультации, установка, сервис

Финишная обработка — решающий этап в выполнении любого заказа. Квалифицированные специалисты компании «НИССА» помогут Вам укомплектовать линию послепечатного оборудования из агрегатов ведущих мировых производителей, оптимально соответствующую задачам Вашего производства.

Технология партнёрства

**nissa**centre



- Бумагорезальное оборудование различной степени автоматизации (Германия)
- Всё для изготовления упаковки и этикетки
- Оборудование для пооперационного изготовления книг в твердом переплете (Германия)
- Термоклеевое оборудование
- Фальцмашины: максимальные возможности на минимальной площади (Германия)
- Высокоинтеллектуальные листоподборочные комплексы (Япония)
- Проволокошвейное оборудование — от простых аппаратов до высокопроизводительных линий

«НИССА Центр» Москва  
Тел.: (095) 956-7719  
Факс: (095) 259-9589  
<http://www.nissa.ru>  
E-mail: [nissa@nissa.ru](mailto:nissa@nissa.ru)  
Екатеринбург  
Тел./факс: (3432) 469-947  
E-mail: [nissa@nissa.nexcom.ru](mailto:nissa@nissa.nexcom.ru)  
Бизнес-партнер: «НИССА-Сибирь»  
Новосибирск тел./факс: (3832) 106-035

**Михаил АППАЛОНОВ**  
(Продолжение. Начало на с.1)

ческое оснащение отдельных московских типографий с соответствующими типографиями за границей, то там есть те, которые существенно лучше оборудованы, а есть и те, которые похуже. Наши вновь созданные подчас намного лучше оснащены, потому что на них не давит груз прошлых лет. А там в некоторых типографиях до сих пор используются цветоделители-цветокорректоры, а кое-где и репродукционные фотоаппараты.

**ГАРТ:** А если сравнивать по качеству продукции?

**М. А.:** Я считаю, что наши могут сделать по крайней мере не хуже.

**ГАРТ:** По сравнению с тем, что было 10 лет назад, многое в России изменилось?

**М. А.:** Десять лет назад ничего не было. Работать было очень легко.

**ГАРТ:** А на чем вы тогда печатали?

**М. А.:** Мы уже купили к тому времени четырехкрасочную «Планету». А до этого был однокрасочный «Доминант».

**ГАРТ:** А когда открыли первый салон в центре?

**М. А.:** Тогда же, в 1993 г. Первый был на Чистых Прудах, через год открыли еще один — на Октябрьской. Уже тогда было важно стать ближе к заказчикам.

**ГАРТ:** А сейчас сеть филиалов не планируете расширять?

**М. А.:** Я бы не стал называть ее сетью филиалов. Это наши отделения, через которые проходит большинство выполняемых «Линией График» заказов. Там стоит оборудование для оперативной полиграфии, и они сами печатают визитки и бланки. Кстати, с целью улучшения сервиса мы установили еще одно фотовыводное устройство полного формата. Оно находится на Мясницкой.

**ГАРТ:** А много приходит посетителей с улицы заказать комплект визиток?

**М. А.:** Немного. Менеджеры, которые там работают, занимаются нашими обычными заказами. Бизнес с клиентами, которые приходят с улицы, там практически невозможен. Для этого нужны другие менеджеры. Скажем, пришел постоянный клиент с заказом на 5 тыс. долл. А за ним пришел клиент с заказом на 100 визиток. Надо все бросить и разговаривать с ним? Так не получится.

**ГАРТ:** Давайте поговорим о ценах на полиграфическую продукцию на московском рынке. Они падают?

**М. А.:** Все зависит от продукции. Если говорить о листовой печати формата А3, то, может быть, они и падают, но это не наш рынок. А на нормальную продукцию цены достаточно стабильные.

**ГАРТ:** Все-таки, в Москве есть еще несколько типографий, которые могут выполнять сложные заказы с качеством, близким к вашему?

**М. А.:** Есть, но цены у всех приблизительно одинаковые. Разброс — максимум на 10%.

Согласитесь, было бы неразумно предположить, что все заказчики делятся на умных и глупых. Глупые имеют лишние деньги, которые они несут в «Линию График», а умные знают, где можно напечатать в несколько раз дешевле. Такого нет. Заказчики на московском рынке очень хорошо представляют себе возможности разных типографий и цены в них. То, что у нас большие машины работают в четыре смены — это лишнее подтверждение моим словам.

На сегодняшний день руководители большинства типографий уже полностью представляют себе экономику процесса. Печатные машины и расходные материалы все покупают за одни и те же деньги, зарплаты платят тоже одинаковые, так что себестоимость у всех приблизительно одна и та же.

Были времена, когда в старой государственной типографии можно было напечатать дешево, потому что там печатные машины полностью амортизированные, но теперь этого уже нет — все купили новые машины и были вынуждены поднять цены.

Бывает, что на рекламный рынок приходят типографии и предлагают клиентам более выгодные условия. Но через некоторое время они понимают, что печатать рекламную продукцию по

**В рекламной полиграфии нет бизнес-процессов, которые можно просчитать, а потом по полученной схеме работать. Очень много нюансов**

цене этикеточной неразумно, и либо уходят с рынка, либо поднимают цены до средних.

**ГАРТ:** На рекламном рынке сложно работать?

**М. А.:** На любом рынке работать непросто. Если было бы легко, то на него сбегались бы все — и сразу стало бы тяжело.

**ГАРТ:** А пресловутые российские требования к качеству не снижаются? Не просят ваши клиенты отпечатать практически так же, но упрощив и подешевле?

**М. А.:** У нас очень много клиентов, которые не являются профессионалами. Они не понимают, что можно убрать и как упростить. Это наша задача — предложить им решение, которое сэкономит их деньги. Лучше всего сделать это еще на этапе проектирования продукции. Мы



**Now!Print**  
digital papers

...без проблем!

БУМАГА  КАРТОН

Москва [095 232..26..10] Петербург [812 329..91..91]  
и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ  
информация в Internet: <http://www.bereg.net>

предлагаем несколько технологически правильных вариантов макета, на основе одного из которых клиент делает дизайн. Это одна из дополнительных услуг, которые мы оказываем нашим клиентам.

**ГАРТ:** Интересно, в типографии есть заказы настолько ответственные, что их должна делать только самая лучшая смена печатников?

**М. А.:** Нет. Если бы мы с определенным заказом ждали определенную бригаду, то это было бы уже не производство. В таком режиме мы бы работать не смогли. Есть вопрос, на какой машине печатать конкретную работу, можно ли ее ставить на четырехкрасочную машину или необходима пяти-шестикрасочная? Я отдаю себе отчет в том, что у нас есть печатники разного класса. От класса зависит, например, сколько времени уйдет на приладку. Но качество печати должно быть одним и тем же.

**ГАРТ:** Но бывают, видимо, заказы сложные по печати? Или на Ваших печатных машинах таких проблем не возникает?

**М. А.:** Сложности при печати бывают, когда нам привозят готовые пленки, и связано это с безграмотной допечатной подготовкой. Те заказы, которые проходят через нашу допечатную подготовку, никаких проблем не вызывают.

**ГАРТ:** А с организацией производства в «Линии График» все вопросы решены?

**М. А.:** Конечно, нет. Думаю, нет такой типографии, где бы они были решены полностью. Нам это интересно, мы уделяем много внимания организации. Но режим работы такой, что очень сложно взять готовую схему управления производством и сразу ее внедрить. Мы очень динамично развиваемся.

**ГАРТ:** То есть взять готовую, например, немецкую схему нельзя?

**М. А.:** Готовая немецкая схема — купить пять машин

Speedmaster, восемь фальцевальных машин и два ВШРА, под это все сделать штатное расписание и написать должностные инструкции. У нас процесс развития идет год от года, и эти должностные инструкции пришлось бы каждый год переписывать. Организованность процесса очень нужна, но организованность может мешать работе.

**ГАРТ:** Но в той же Германии полиграфические предприятия работают уже очень давно...

**М. А.:** Это производство сигаретной пачки методом глубокой печати, наверное, можно и нужно строить по немецкой схеме, а рекламная полиграфия очень сильно отличается. Здесь нет ни одного бизнес-процесса, который можно однажды просчитать, а потом по полученной схеме работать и просто получать прибыль. Очень много нюансов.

**ГАРТ:** Может, мы преувеличиваем проблемы? А нанять иностранных менеджеров с дипломами МБА?

**М. А.:** Мы не стали их нанимать. Совершенно не факт, что консультанты правильно прочитали учебник и что учебник именно тот. Читать учебники мы тоже умеем. Все то же самое, что делаем мы, но только написанное другими словами.

В России нет ни одного сколько-нибудь крупного полиграфического производства, которое бы управлялось иностранным менеджментом. Нельзя для этого рынка применять схемы, которые используются на Западе. Такие предприятия долго не проживут. Здесь российский рынок, а не финский или американский. Нельзя ориентироваться на приезжающих в Москву иностранцев, как на основных заказчиков. Сегодня они — самые жадные клиенты. А хозяин нашей российской компании сам зарабатывает деньги, сам их считает и вкладывает, чтобы



Совершаем  
открытия!

ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ  
И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



PRINTHOUSE — МОСКВА  
TEL: (095) 937-5151, 937-5158  
PRINTHOUSE — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
TEL: (812) 449-3794, 449-3795  
PRINTHOUSE — СИБИРЬ  
TEL: (3832) 29-9380, 29-9381  
PRINTHOUSE — УРАЛ  
TEL: (3432) 56-9026  
PRINTHOUSE — ЮГ  
TEL: (8632) 52-6704, 58-9778  
PRINTHOUSE — КАЗАНЬ  
TEL: (8432) 99-7820, 99-7821

**Akzo Nobel Inks**  
FROM THE FIRST IMPRESSION

**Михаил АППАЛОНОВ**  
(Продолжение. Начало на с.1)

сделать что-то красивое для себя любимого. Я готов предположить, что наняв консультантов и менеджеров можно внедрить в «Линии График» немецкую модель бизнеса. Но уже с другим коллективом. А мне дороги люди, которые сегодня у нас работают.

**ГАРТ:** Тяжело было все это создавать? Все-таки вы не полиграфисты...

**М. А.:** Имеется в виду, что мало кто у нас заканчивал Университет печати? Но пятилетний опыт работы на реальном полиграфическом производстве — намного более серьезная школа, а многие работают у нас уже по десять лет и больше. Здесь минимум год за два, так что, я считаю, мы все давно уже полиграфисты с большим стажем.

Что касается выпускников МГУП, то у нас их работает достаточно много. Но проблема в том, что классическое образование не позволяет выпускать готовых специалистов. Приходя на работу, люди все равно еще долго продолжают учиться. И для нас важно не то, какое базовое образование у человека, а какие у него способности и желание обучаться. Насколько ему это интересно.

**ГАРТ:** А сколько сотрудников сегодня в «Линии График»?

**М. А.:** Постоянных — 450.

**ГАРТ:** Но это же очень много!

**М. А.:** Ничего не поделаешь, сколько нужно, столько и работает.

**ГАРТ:** Легко ли найти хорошего печатника?

**М. А.:** Мы предпочитаем их не искать, а готовить. Правда, это очень кропотливая работа, требуется терпение.

**ГАРТ:** Снимают специалистов?

**М. А.:** Снимают, но от нас со скандалом никогда не уходят. И если человек возвращается, поработав на стороне, то мы его обычно берем назад.

**ГАРТ:** Михаил, все-таки, у Вас в типографии демократия или авторитарный режим управления?

**М. А.:** Авторитарная демократия или конституционная монархия. Правда, конституцию пока никто не написал.



**MERCURY ПО-РУССКИ**

Компания «Гейдельберг» и рыбинский КПЦ «Полиграфмаш» объявили о начале совместного проекта по производству современного газетного оборудования. Теперь на заводе в Рыбинске собирают и рулонные офсетные машины Mercury для печати газет тиражом от 35 тыс. экземпляров.

Практически все комплектующие к машине производятся на базе КПЦ «Полиграфмаш», благодаря чему ее стоимость снижена на 30% по сравнению с произведенной в США. Кроме того, это позволяет говорить о более доступной сервисной поддержке. При этом, как утверждают изготовители, российская Mercury сделана с учетом самых новейших разработок, а потому даже прогрессивнее американской модели.

Как считает генеральный директор КПЦ «Полиграфмаш» С. Морозов, Mercury поможет заводу выйти на региональный рынок нашей страны, а в дальнейшем и на рынки Европы и Южной Америки.

В отличие от своего американского прототипа, новая модель адаптирована к европейскому и российскому рынкам, в частности, переведена с дюймовой на метрическую систему. Первая отечественная машина Mercury будет представлена на выставке «ПолиграфИнтер 2003». На ней будет печататься восьмиполосная газета «Гейдельберг СНГ News» форматом 420x289 см.

ОДИН ИЗ ЦЕХОВ ПОСЛЕПЕЧАТНОЙ ОБРАБОТКИ



ЛАМИНАТОР STEINEMANN



БОЛЬШИЕ МОЩНОСТИ ПО ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ



ОЧЕНЬ БОЛЬШИЕ



ФРАГМЕНТ РОССИЙСКОГО MERCURY



ОТДЕЛ ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ



УХОДЯЩИЕ ВДАЛЬ СЕКЦИИ HEIDELBERG ПОЛНОГО ФОРМАТА



**PRINTOFFICE.RU — 2 ГОДА**

Первые два года работы автоматизированной системы обслуживания клиентов printoffice.ru доказали, что полноценный Интернет-сервис является одной из важнейших составляющих работы современного препресс-бюро.

Интеграция офисных заказов в систему сделала сервисные функции доступными для всех клиентов, независимо от места их нахождения. Возможность дистанционного оформления заказов, при котором гарантируется надежность передачи информации, сыграла свою роль. По сравнению с прошлым годом изменилось соотношение Интернет-заказов к офисным. На сегодняшний день доля заказов, оформленных через Интернет, составляет более 60% от общего количества препресс-заказов. При этом количество Интернет-заказов в системе увеличилось более чем в два раза, а средняя стоимость одного заказа выросла на 40%.

Расширился и региональный охват пользователей Printoffice.ru. В нем появились новые города: Волгоград, Ульяновск, Санкт-Петербург. Знаменательным фактом стал случай оформления заказа на фотовывод полноцветного каталога из Германии. Второй год работы системы был отмечен десятитысячным заказом, полученным через Интернет.

В этом году было внедрено несколько дополнительных сервисных функций. Во-первых, была разработана и реализована функция автоматического информирования клиентов через SMS.

Во-вторых, у пользователей системы появилась возможность получать детализированные отчеты по истории своего баланса и соответствующим заказам за любой период времени. Такой отчет формируется автоматически в течение трех минут с момента поступления запроса и высылается на e-mail пользователя. В разделе «Настройки» существует возможность подписаться на автоматическое получение детализированных отчетов, которое может осуществляться как ежемесячно, так и еженедельно.

В-третьих, внедрена служба доставки заказов по Москве. Таким образом, у клиентов препресс-бюро появилась возможность не только отправлять заказы через Интернет, но и получать их, не выходя из своего офиса. Новая услуга является важным этапом в организации полного on-line цикла по препресс-услугам.

**ЭКЗОТИКА ВОСТОКА**

В последнее время в России держится мода на все восточное: яркие краски, особую философию, экзотическую кухню.

Следуя модной тенденции и отдавая должное мировому уровню качества, ГК «Регент» представляет в октябре последнюю полиграфическую новинку — мелованную бумагу Npi Art от японской компании Nippon Paper Industries. По своим основным техническим характеристикам эта двусторон-

няя бумага двойного мелования не уступает многослойным мелованным.

От бумаг аналогичного класса она отличается высоким уровнем непрозрачности, что позволяет использовать ее для печати высококачественных изданий с большим количеством иллюстраций. В ассортименте «Регент» Npi Art представлена наиболее популярными плотностями — 85, 100, 120 г/м<sup>2</sup>.

Бумага подходит для создания многотиражных изданий, буклетов и рекламно-представительской продукции.



**Краски, лаки и вспомогательные материалы фирмы**

**Arets Graphics** (Бельгия)

- Универсальные триады: **All Round, Nature Set, Fast Fresh IR**
- Триада повышенной интенсивности: **Nature Intensive**
- Триады, стойкие к истиранию: **2002 MAT, Nature Board**
- Краски по системе смешения **PANTONE**
- Фолиевые краски
- Флуоресцентные краски для видимой и невидимой области спектра
- Металлизированные краски
- Защитные краски
- УФ-краски
- Лаки: масляные лаки, дисперсионные лаки, УФ-лаки
- Вспомогательные материалы: большой ассортимент различных добавок для традиционных офсетных красок, УФ-красок и лаков, а также материалов для оптимального ведения печатного процесса.



**РеаЛайн**

Москва, ул. Лапина, д. 17а, офис 608, тел.: (095) 787-5905, факс: (095) 362-5142, e-mail: sales@realine.ru [www.realine.ru](http://www.realine.ru)

Санкт-Петербург, ул. Звенигородская, д. 11, тел.: (812) 325-8365, факс: (812) 325-8366, e-mail: realine\_spb@hotmail.ru

Ростов-на-Дону, ул. Фрунзе, д.3, офис 21, тел./факс: (8632) 20-3742



**Михаил  
Моисеевич  
ТАУГЕР**  
«Центр ХГС»  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Михаил Моисеевич, расскажите, как дела на рынке печатного оборудования?

**М. Т.:** По-разному, но работы становится все больше. Появилось много серьезных проектов, где суммы контрактов составляют несколько десятков миллионов долларов. Но и конкуренция обостряется, поскольку ситуация, которая сложилась на западном рынке, не может не отразиться на российском. Производители активизировались и предлагают клиентам подчас неоправданно низкие цены.

**ГАРТ:** Два Ваших главных конкурента имеют в России свои представительства, а «Центр ХГС» — дилер MAN Roland. Это усложняет ситуацию?

**М. Т.:** Да, ведь мы — коммерческая фирма, и должны зарабатывать деньги. Если брать то подразделение ХГС, которое занимается продажами полиграфического оборудования, то сегодня в нем работает более двухсот человек. Чтобы содержать такой штат, нужны серьезные деньги. В такой ситуации сложно конкурировать за счет снижения цен или продления рассрочек. Возможно, нашим конкурентам проще.

**ГАРТ:** Расскажите об успешных проектах этого года.

**М. Т.:** В первую очередь, хотелось бы отметить Санкт-Петербургский КПК, с которым мы заключили контракт на поставку Roland 706 с секцией лакирования — уже третий Roland 700 на этом предприятии. В феврале мы поставили первую в России машину Roland 900, также для одного из клиентов в СПб. Проданы две машины Roland 500 — в Москву и в Минск.

В ближайшее время мы установим в «Готэке» первую в России лакировальную машину Roland.

**ГАРТ:** Вы, видимо, завершали в этом году поставки оборудования в типографию «Медиа-пресса»?

**М. Т.:** Да, мы завершили поставку и монтаж оборудования. Но кроме этого, там создана достаточно уникальная система управления производством. Печатные машины управляются автоматизированной системой PECOM

фирмы MAN Roland, а для управления производством в целом используется система DISO фирмы SSB. Системы дополняют друг друга и позволяют контролировать производственный процесс и управлять им от стадии приема заказа до выпуска готовой продукции. Причем впервые в единой системе работают и листовые, и рулонные машины. Мы будем демонстрировать эту систему на выставке «ПолиграфИнтер», надеюсь, она заинтересует российских полиграфистов. Под ее управлением будет работать все оборудование, представленное на нашем стенде: система СТР, печатные машины и послепечатное оборудование.

## На сегодня в нашей сервисной службе работают 70 специалистов, и мы продолжаем эту службу развивать, ведь известно, что «вторую машину продает сервис» и здесь ошибок возникать не должно

**ГАРТ:** Скажите, а как дела в типографии «Экстра-М»?

**М. Т.:** Машина уже на 90% «приехала», не хватает только рулонных зарядок. До зимы планируется закончить строительные работы и дать тепло, чтобы можно было начинать монтаж. Если все пойдет по плану, то весной типография сможет начать работу.

**ГАРТ:** Сейчас среди больших проектов преобладают газетные типографии?

**М. Т.:** Не только, один из самых больших включает и газетные, и журнальные машины. Крупное издательство создает такую типографию прежде всего под собственную продукцию.

**ГАРТ:** У ХГС, видимо, самый большой опыт установки типографий с рулонными машинами?

**М. Т.:** Да, конечно. Особенно, если говорить о газетных машинах. Это не только «Медиа-Пресса». Машины Uniset установлены в Ижевске, Красноярске, Новосибирске, Уфе. В типографии «Московские учебники». Если говорить о журнальных машинах, то бывшая Типография им. Пушкина, а те-

перь АСТ приобрела уже вторую машину Rotoman.

**ГАРТ:** География широкая!

**М. Т.:** Да, много машин в самых разных городах. Это требует очень хорошо организованной сервисной службы. На сегодня в ней работают 70 специалистов, и мы продолжаем эту службу развивать, вкладываем в это достаточно большие деньги. Специалисты ездят в Германию на обучение, ведь известно, что «вторую машину продает сервис» и здесь ошибок возникать не должно.

**ГАРТ:** Есть мнение, что российская полиграфия «буксует» потому, что у нас нет практически ни одного предприятия, которое было бы построено по западному проекту и управлялось западными менеджерами.

**М. Т.:** Я считаю, что у каждой страны есть своя специфика, и иностранные менеджеры вряд ли смогут управлять российской типографией лучше наших директоров. На сегодняшний день, наверное, кроме «Ярославского полиграфкомбината» таких предприятий и нет. Другое дело, что проблема квалифицированных кадров стоит сейчас в российской полиграфии очень остро. Негде взять знающих менеджеров верхнего и среднего звена, которые были бы знакомы с западным опытом работы. Но решить эту проблему за счет менеджеров из-за границы, я думаю, нельзя.

Если говорить о проектировании, то для «Прессы-1», например, проект разрабатывался при участии западных специалистов, но техническое задание делали наши люди.

**ГАРТ:** Газетная типография в Долгопрудном — норвежский проект. Как Вы оцениваете вероятность прихода в Россию крупных зарубежных типографий?

**М. Т.:** Западные партнеры иногда обращаются к нам за консультациями по этому вопросу, ведь все больше заказов, которые раньше печатались за рубежом, теперь возвращаются в Россию. В конце концов, все определяется экономической целесообразностью. Если западным инвесторам будет выгодно построить здесь производство — они его построят.

**СВЕЖИЙ  
НОМЕР  
И ВСЕ  
АРХИВ**

[www.gart.ru](http://www.gart.ru)

**ГАРТ:** Михаил Моисеевич, как Вы относитесь к переводу «ПолиграфИнтер» в 2004 г. в новый выставочный центр?

**М. Т.:** Я об этом что-то слышал, но не от организаторов выставки. С нами никто не советовался. Вообще, вопрос выставок в России достаточно сложный. Для нас «ПолиграфИнтер» — главная выставка, хотя мы участвуем и в «Этикетке», и в «Росупаке». Выставок много, а их посещаемость оставляет желать лучшего. У нас есть свои предложения к организаторам о том, как и какие выставки должны проходить. В данном случае мы — это не только «Центр ХГС», это группа крупнейших участников полиграфических выставок в Сокольниках.

**ГАРТ:** Посещаемость — большой вопрос. «Росупак», по мнению большинства участников, был в этом году «вялым»...

**М. Т.:** Да, причина в том, что на этой выставке перемешаны все — и производители упаковки, и поставщики оборудования и материалов. Должны быть отдельные выставки: одна для поставщиков оборудования и другая — для производителей упаковочной продукции.

**ГАРТ:** И чтобы выставки проходили раз в два года?

**М. Т.:** Да, «ПолиграфИнтер» и «Росупак» должны проходить раз в два года. Продолжительность их в этом случае можно увеличить. В будущем году, например, будет Друпа. Все основные полиграфисты на ней побывают. Кто-то съездит сам, кто-то поедет по приглашению нашей фирмы, кого-то повезут другие поставщики оборудования и материалов. Зачем тогда проводить в 2004 г. «ПолиграфИнтер»? Ничего нового на нем никто из поставщиков не продемонстрирует. Участники и так каждый год выставляют практически одно и то же. Технологии не меняются настолько быстро, чтобы нужна была ежегодная выставка!

Нам, например, намного выгоднее организовать для потенциальных клиентов тур в Германию, чтобы они там познакомились с оборудованием и технологиями в работе, в условиях реального производства. С точки зрения коммерции затрат здесь меньше, а эффективность существенно выше.

## СОТРУДНИЧЕСТВО НА ПЕРСПЕКТИВУ

В Москве состоялось торжественное открытие типографии полиграфического колледжа им. Ивана Федорова. Тесное сотрудничество объединяет фирму MAN Roland и Московский полиграфический колледж. Партнер MAN Roland в России фирма «Центр ХГС» подарила колледжу полный комплекс допечатного оборудования и на некоммерческих условиях установила печатную машину Roland 202. Кроме того, фирма ХГС финансировала модернизацию нескольких учебных аудиторий. Специалисты «Центра ХГС» и MAN Roland будут читать лекции студентам и преподавателям.

В день открытия типографии Вернер Ассум, руководитель отдела сбыта MAN Roland, пригласил руководство колледжа, а также группу преподавателей и студентов посетить MAN Roland в Германии. Запланировано посещение заводов в городах Аугсбург и Оффенбах.

**SCREEN**  
MEDIA TECHNOLOGY

## Термальные CtP — безошибочный вывод

- Новая технология экспонирования — GLV
- Множество форматов, разные уровни автоматизации
- Встроенная система пробивки штифтовых отверстий
- Алгоритм Spekta screening
- Система управления рабочими потоками TrueFlow
- Пластины не требуют специального освещения



**PlateRite 4000**  
**PlateRite 8000**  
**PlateRite Ultima**

### В СЛОВАРЬ ПОЛИГРАФИСТУ

**GLV — Grating Light Valve (УПРАВЛЯЕМАЯ СВЕТОВАЯ РЕШЕТКА)**. Состоит из сотен микроскопических отражающих полосок, нанесенных на полупроводниковый кристалл. Полоски могут смещаться вверх или вниз и либо отражать, либо рассеивать направленный на них лазерный луч. Применив технологию GLV, фирме Dainippon Screen удалось создать 512-канальную экспонирующую головку. Полоса экспонирования при такой технологии получается достаточно широкой, и пластины даже очень больших форматов экспонируются быстро и с высоким качеством.

**HGS**  
GROUP

[www.hgs.ru](http://www.hgs.ru)

Москва 117292 ул. Дмитрия Ульянова, д. 6  
тел.: (095)737 6270, факс: (095)125 2240



**Александр  
КАБАЕВ**  
«ЯМ Интернешнл»  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Александр, Вы всегда были одним из самых активных членов «Гейдельберг-Клуба», а теперь будете заниматься печатными машинами Komori?

**А. К.:** Вы правы, я был членом «Гейдельберг-Клуба», и это давало возможность общаться с интересующими меня людьми.

О печатных машинах Komori я имел ограниченную информацию, но после недавней поездки на завод Komori утвердился во мнении, что они ни чуть не хуже немецких, а по некоторым позициям опережают машины других известных производителей. Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

**ГАРТ:** После этого Вы приняли предложение стать генеральным директором «ЯМ Интернешнл»?

**А. К.:** Да. Меня просто очень удивил тот факт, что листовых машин Komori в России продается сравнительно немного. Должно быть существенно больше! Практически не продаются машины полного формата, а это «большая полиграфия», которая должна быть для поставщика основой бизнеса. Кроме того, во всем мире Komori прекрасно чувствует себя на рынке роллонных 16-страничных журнальных машин, а на сегодняшний день такое оборудование продается у нас достаточно активно. Я считаю, что «ЯМ Интернешнл» должен встать на одном уровне с тремя другими поставщиками офсетных машин в России, и эту задачу рассматриваю для себя как основную.

**ГАРТ:** «На одном уровне» по каким показателям?

**А. К.:** И по имиджу компании, и по количеству продаваемых машин.

**ГАРТ:** Но что касается имиджа, у «ЯМ Интернешнл» на российском рынке все нормально. Это достаточно успешный продавец печатных машин и систем СТР, а кроме того — один из крупнейших поставщиков расходных материалов.

**А. К.:** Да, все правильно, «ЯМ Интернешнл» — компания очень известная. Это уважаемый бренд, но его необходимо перепозиционировать, он должен развиваться. Необходимо доно-

ситель до потенциального покупателя существенную информацию — ту, которая влияет на принятие решения. Например, приходилось слышать, что у Komori в России слабый сервис. Так ли это? Нет, это далеко не так. Но многие участники рынка не знают о том, что сервис «ЯМ Интернешнл» — профессиональный и на сегодняшний день даже избыточный. Об этом надо говорить, а не подразумевать. Говорить со всеми и с каждым. Партнеры, настоящие и будущие, должны быть уверены, что «ЯМ Интернешнл» продает продукты мирового класса, на которых можно устойчиво зарабатывать. Поэтому возможны небольшие коррективы в продуктовой линейке «ЯМ Интернешнл». Мое появление здесь означает, что акционеры «ЯМ Интернешнл» приняли решение о необходимости проведения ряда изменений внутри компании и пересмотра ее позиции на рынке.

В ближайший год «ЯМ Интернешнл» предстоит во многом изменить свою внутреннюю структуру, которая будет строго ориентирована именно на продажи. Качество печатных машин четырех основных производителей на сегодняшний день практически одинаково. Идет борьба брендов, а не механических конструкций, и мы в эту борьбу вступаем.

**ГАРТ:** В первую очередь изменения коснутся системы продаж печатных машин?

**А. К.:** Изменения коснутся всего бизнеса.

**ГАРТ:** У «ЯМ Интернешнл», как и у каждого поставщика, есть, видимо, несколько клиентов, которые в свое время по разным причинам решили с этой фирмой не работать. Наверняка, среди них найдутся те, с кем у Вас хорошие отношения. В новой должности будете пользоваться старыми связями?

**А. К.:** Почему бы и нет? Для меня очень важно, чтобы на рынке не было клиентов, равнодушных к этой компании. А если есть какие-то конфликты, то я готов приложить все усилия, чтобы эти разногласия ликвидировать. Разберемся со своей стороны — может быть, виноваты наши сотрудники — а потом уже будем разговаривать с клиентом. Если он был прав, то это лишний повод изменить что-то к лучшему в нашей компании. Все клиенты должны нам доверять. Купят они или не купят наше оборудование — вопрос второй. Главное — доверие.

**ГАРТ:** Вы были первым заместителем генерального директора такой крупной

типографии, как «Красный Пролетарий». Это хороший опыт?

**А. К.:** Да, конечно. Мне пришлось поработать и с людьми, и с технологиями. С удовольствием воспользуюсь моментом и скажу слова благодарности «Красному Пролетарию» за этот опыт — самый лучший, который я получил в своей жизни.

**ГАРТ:** Вы предполагаете сами заниматься продажами оборудования или только правильно организовать этот процесс?

**А. К.:** И тем, и другим. Персональные продажи позволяют быть «в материале», держать себя в определенном тоне. Но первая задача — реорганизовать процесс. Главным в компании должен стать Продавец. Причем мы не будем брать на вооружение современные методы «втучивания» или «навязывания». Все ресурсы компании необ-

## Качество печатных машин четырех основных производителей на сегодняшний день практически одинаково. Идет борьба брендов, а не механических конструкций, и мы в эту борьбу вступаем

ходимо перераспределить в пользу продавцов с тем, чтобы они могли максимально удовлетворять запросы покупателей. Они являются «нервными окончаниями», нейронами организации, их информация бесценна, потому что является запросом покупателя на удовлетворение своих потребностей. Только эта информация может быть использована для управления компанией.

**ГАРТ:** Вы, видимо, хорошо знакомы с тем, как работает в России представительство Heidelberg. Сегодня Вам уже более или менее понятно, как работает «ЯМ Интернешнл». Есть большие отличия?

**А. К.:** Конечно, есть. Связаны они не с продавцами, а с продуктами. Продажа листовых машин Heidelberg не требует особых усилий по продвижению — они хорошо известны потенциальным по-

# Печатные машины KOMORI

## Ваш путь в будущее!



LITHRONE 40/44 SP



LITHRONE 26/28



LITHRONE 20

SPRINT/  
SPRINT 65

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ  
ПОЛНОФОРМАТНЫХ ОФСЕТНЫХ МАШИН

## LITHRONE S40

- Формат 72 x 103 см
- Производительность 16000 шт./ч
- Печать на материалах до 1,2 мм
- Высшая степень автоматизации
- Разнообразие комплектаций
- Число секций до 12, включая секции для печати, лакирования и сушки
- Уникальная встроенная система цифрового лазерного экспонирования печатных форм (опция D)



32nd Annual Minister's Prize,  
Nikkan Kogyo Shimun



Good Design Award 2002



iF Design Award 2003



GATF InterTech Technology  
Award 2003



"ПОЛИГРАФИИТЕР"  
МОСКВА, СОКОЛЬНИКИ  
27-31 / ОКТЯБРЬ / 2003  
СТЕНА ЯМ ИНТЕРНЕШНА  
ПАВИЛЬОН 4А

Официальный дистрибутор KOMORI компания ЯМ Интернешна

117420 **МОСКВА**  
УЛ. ПРОФСОЮЗНАЯ, 57  
TEL: (095) 234 9000, 332 6420  
EMAIL: info@yam.ru  
http://www.yam.ru

191119 **САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**  
УЛ. ЗВЕНИГОРОДСКАЯ, 11  
TEL: (812) 110 8097  
EMAIL: spb@yam.ru  
http://www.yam.ru

01103 **КИЕВ**  
Железнодорожное ш., 57  
TEL: (+38 044) 254 5254  
EMAIL: info@yam.com.ua  
http://www.yam.com.ua

700047 **ТАШКЕНТ**  
УЛ. МИСАХИДОВА, 40, ОФИС 9  
TEL: (99 871) 136 3808, 132 0660  
EMAIL: saoc@yam.ru  
http://www.yam.ru

**YAM**  
YAM INTERNATIONAL

**Александр КАБАЕВ**  
(Продолжение. Начало на с.12)

купателям. Продажа Komori — пока требует. Ну а главное отличие в том, что представительство есть представительство, а дистрибутор есть дистрибутор. Нам, конечно, сложнее. Мы — коммерческая компания, Komori финансово нас не поддерживает. Тем не менее, мы должны оказывать услуги на уровне требований пользователей, и частью новой системы продаж станут обновленные технические службы, включая подразделения, которые занимаются сервисным обслуживанием оборудования, информационной поддержкой продукта.

**ГАРТ:** Кроме Komori, «ЯМ Интернешнл» является и эксклюзивным дистрибутором FujiFilm. Как Вы оцениваете шансы на рынке допечатного оборудования?

**А. К.:** Сегодня, видимо, ни у кого не вызывает сомнений тот факт, что популярность технологий СТР в России быстро растет. У нас хорошие перспективы, и мы должны иметь максимально возможную долю рынка. А что касается рынка пластин, то тут лидерство в качестве продукта и конкурентоспособные цены позволяют нам рассчитывать, что все больше потребителей выберут продукты FujiFilm.

Мне представляется, что главная задача — сделать так, чтобы «ЯМ Интернешнл» перестал ассоциироваться у потенциальных клиентов с продавцом полуформатных машин, систем СТР и расходных материалов. Мы пока не имеем ни одного большого имиджевого проекта, а должны позиционировать себя именно в роли интегратора. Это стратегическая цель и следующий качественный уровень для компании.

Я предполагаю создать в «ЯМ Интернешнл» отдел консалтинга, который будет состоять из опытных специалистов, хорошо разбирающихся в полиграфии, понимающих бизнес клиентов и способных предложить им решения, которые будут реально решать задачи, стоящие перед предприятиями. Ведь мы растем вместе с клиентами, поэтому нам очень важно, чтобы их бизнес развивался.

Наша задача — предложить им идеи развития бизнеса. Нам должны доверять, а мы должны нести ответственность за правильность предлагаемых решений.



**Свен СТРЖЕЛЬЧИК**  
КБА  
Глава Российского представительства

**ГАРТ:** Свен, перед выставкой «ПолиграфИнтер» многие полиграфисты подводят итоги работы, оценивают ее результаты. Как складывалась ситуация в этом году для компании КБА?

**С. С.:** Вы знаете, что для всего мирового рынка полиграфического оборудования этот год был очень сложным. Однако нам удалось не только сохранить свои позиции на рынке, но и достичь определенных успехов. В частности, хотелось бы отметить значительный прирост в области листового офсета.

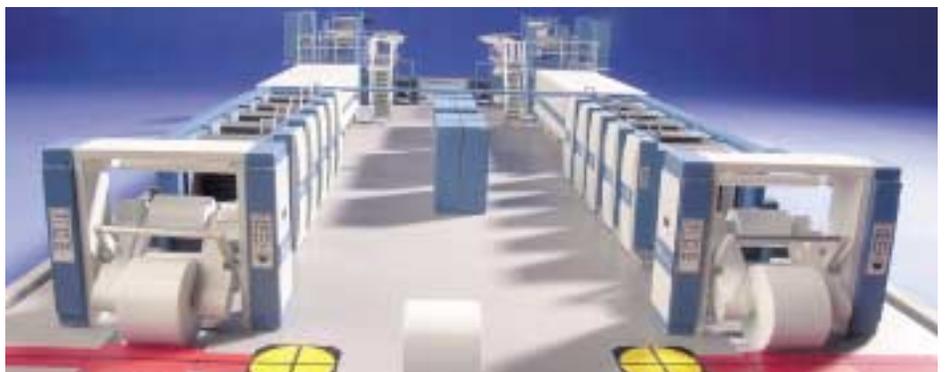
**ГАРТ:** Что, по Вашему мнению, помогает КБА преодолевать кризис?

**С. С.:** Думаю, компании, которая занимает лидирующее положение сразу в нескольких секторах полиграфического рынка, немного проще, чем тем, кто делает упор на одно направление.

КБА имеет сильные позиции в области печати книг и упаковки, уделяет большое внимание печатным машинам очень больших форматов, в том числе с возможностью переворота листа, ведет разработки во многих других областях.

**ГАРТ:** Какие технологии востребованы сегодня в России?

**С. С.:** Не так давно мы провели семинар на котором, в числе прочих, рассматривалась тема «гибридной» технологии. Наши специалисты поделились практическим опытом ее использования — такая машина работает сейчас в Казахстане. Информация



#### ЗА РАПИДАМИ ПРИХОДЯТ КОМПАКТЫ

Издательский дом «Блиц-Информ» в Киеве после покупки нескольких листовых офсетных машин «КБА Рапида» приобрел две 16-страничные акцидентные ротации «Компакта 215», еще больше укрепив свои лидирующие позиции на полиграфическом рынке Украины.

вызвала живой интерес у российских полиграфистов, и я думаю, что эта технология найдет широкое применение.

Кроме того, на сегодняшний день мы уделяем большое внимание прямой печати на микрофрочартоне и можем сказать, что она имеет экономические преимущества по сравнению с кашированием, которые оценят владельцы машин «Рапида».

В этом году особый успех на российском рынке имели машины типоряда «Рапида 74». С начала года было продано более пятидесяти печатных секций этого формата. Кстати, это и определило выбор модели, которая будет демонстрироваться на нашем стенде на выставке «ПолиграфИнтер». Это шестикрасочная «Рапида 74-6», образцы на которой будут печататься с использованием технологии hexachrome.

Кроме того, мы впервые в России демонстрируем на нашем стенде цифровую листовую офсетную печатную машину «74 Карат». Я уверен, что эта машина также найдет в России свой рынок сбыта.

**ГАРТ:** Значит, несмотря на все сложности, год оказался для КБА вполне успешным?

**С. С.:** Нам удалось увеличить наш оборот в Российской Федерации более чем в два раза. Думаю, это можно рассматривать, как большой успех.

Хотелось бы рассказать об одном организационном изменении: учитывая быстрый рост продаж машин КБА на российском рынке, руководство «Кениг&Бауэр АГ» приняло решение основать в России собственное общество с ограниченной ответственностью. Мне кажется, что этот шаг положительно скажется на нашей работе с заказчиками и позволит предоставить им дополнительные преимущества.

People & Print



Совершенная печатная техника от КБА

## Индивидуальные решения для профессионалов

КБА является производителем широчайшего спектра печатных машин для профессиональной полиграфии. От листового офсета до цифровой печати, от акцидентного ролевого офсета до иллюстрационной глубокой печати, печати газет, телефонных справочников и ценных бумаг, - все это могут машины КБА. Наши конструктора используют огромное количество ноу-хау. Выпускаемые нами машины объединяют в себе наш опыт, требования Вашего производства и современные рентабельные решения. Мы применяем на практике инновации и партнерство – при планировании, конструировании, производстве, монтаже и сервисе. Убедитесь в этом сами.



### Российское представительство КБА:

117313 Москва, Ленинский проспект, 95а

Тел.: (095) 132-59-55, 956-31-97, факс 937-52-45

E-mail: [kba@co.ru](mailto:kba@co.ru) Internet: [www.kba-print.de](http://www.kba-print.de) <<http://www.kba-print.de>>

Сервисное бюро в Москве: (095) 937-50-67

Санкт-Петербургский филиал российского представительства: тел. (812) 164-45-00,

факс (812) 325-19-17, e-mail: [kba\\_spb@mail.ru](mailto:kba_spb@mail.ru)

 **КБА**  
Инновации вне времени

**Мы не стремимся  
изменить мир**

**Мы просто задаем  
тон качества  
и надежности**

**Мы знаем,  
что мы делаем**

**Мы знаем,  
что мы будем  
делать завтра**

## Компания, работать с которой спокойно

Производство  
проволоки  
для скрепления  
и аксессуары  
для календарей

**POLIMAT**

Москва,  
ул. Верхняя Первомайская,  
д. 47, корп. 11  
тел.: (095) 105-1112, 965-0265,  
факс: (095) 965-0365

E-mail: [mail@polimat.ru](mailto:mail@polimat.ru)  
Web: [www.polimat.ru](http://www.polimat.ru)



**Олег  
КВАСОВ**  
«ПолимаТ»  
Директор

**ГАРТ:** Олег, расскажите, пожалуйста, что представляет из себя бизнес по производству календарей и чем занимается компания, которую Вы возглавляете?

**О. К.:** Начнем с того, что календари, грубо говоря, состоят из того, что печатается и всего остального, то есть аксессуаров. Специфика календарного бизнеса заключается в его сезонности: полиграфисты год ждут этого замечательного времени, а заказчики почему-то весь год забывают о том, что оно — короткое и тянут до последней секунды. Но есть и другая сторона медали: если курсоры или проволока могут и полежать на складе, то календарные блоки и датированные ежедневники — продукт «скоропортящийся».

Печать календарей в нашей группе компаний занимается типография «Август Борг», а «ПолимаТ» — это подразделение, которое отвечает за аксессуары к ним. Основной бизнес — это производство и продажа двойной спирали, но есть и другие направления.

Например, «Август Борг» производит широкий ассортимент календарных блоков — 27 типоразмеров и цветов. А компания «ПолимаТ» их заказывает и реализует. Блоки действительно уникальные — четырехкрасочные, девяти цветовых гамм, включая металлизированную. Сейчас на рынке появились похожие, но это только подражания. Прода-

жи растут, потому что эта продукция — действительно качественная. Вообще, ассортимент у нас достаточно широкий — его можно будет увидеть на выставке «ПолиграфИнтер».

«ПолимаТ» — компания молодая. Средний возраст сотрудников — 30 лет. Нам пришлось все поднимать с нуля, и заниматься этим было очень интересно.

**ГАРТ:** Как подбирался персонал?

**О. К.:** Я считаю, нам просто повезло с командой, которая сейчас у нас работает. За очень короткий срок мы стали сплоченным коллективом. Наши машины для производства двойной спирали настолько уникальны, что найти кого-то, кто работал именно в этой области, сложно. Операторов производства пришлось обучать с нуля. Все они пришли из разных отраслей, почти все по образованию — механики-наладчики.

**ГАРТ:** Процесс скрепления календарей пружиной в крупных типографиях сегодня полностью автоматизирован или все еще используется труд «бабушек»?

**О. К.:** Есть автоматические линии для скрепления календарей пружиной. Положил блок бумаги, а на выходе получил календарь. Но они позволяют производить только часть продукции. И, по нашим оценкам, эта часть — меньше 50% рынка.

Есть автоматы для выполнения отдельных операций. Научиться перфорировать — не проблема, научиться закрывать односпиральные перекидные настенные календари или простые квартальники — тоже не проблема. Вся автоматика для этого существует. Проблемы начинаются с трехспиральными календарями. Автоматизировать этот процесс не может никто, поэтому доля ручного труда здесь довольно велика. А российский заказчик чаще всего предпочитает

именно такие календари. Они составляют 20–30% от общего количества.

В типографию «Август Борг», например, набираются временные работники на календарный сезон. В прошлом году набрали человек 40–50, в этом планируется 50–60. Будут сформированы четыре бригады, которые чередуются и заполняют собой все рабочее время кроме воскресенья. И это еще надо администрировать! Но ничего не поделаешь, в этом тоже специфика календарного бизнеса.

**ГАРТ:** А много ли предложений на рынке оборудования для скрепления?

**О. К.:** Достаточно много. На сегодняшний день хорошо известны такие бренды, как Renz, JBI и Relicart. Они делят рынок на три части. А в России появилась компания «Лобачевский», которая тоже производит такое оборудование. Так что сейчас больших комплексов по

Москве и области установлено уже немало — может быть, 30–40.

**ГАРТ:** В этом году Вы стали продавать еще и оборудование. Зачем? Ведь предложений на этом рынке и так много.

**О. К.:** Да, сейчас мы заключили соответствующие соглашения с группой «Копитан» и фирмой «Лобачевский и компания», а также с компанией «РуссКом». Единой хорошей линейки, по нашему мнению, не существует, поэтому будем выступать, как интеграторы.

У нас есть стремление, выражаясь «высоким штилем», предоставить полный спектр услуг. Если мы продаем все аксессуары для календарей, то мы должны продавать и те машинки, с помощью которых их можно скрепить.

У нас большой производственный опыт и мы чувствуем, насколько это важно, потому что много времен-

ных рабочих, а техника хоть и не очень сложная, но все равно техника. Как любой печатник, если у него что-то не получается говорит: «У меня плохая бумага», как любая монтажистка говорит: «Плохой вывод», так и здесь: плохая проволока, плохие пикколо, плохие курсоры...

Если у заказчика возникла проблема с расходными материалами, с машиной или, извините, с руками, то наш специалист может подъехать, посмотреть, что-то исправить, наладить, настроить. Естественно, это легче делать с той техникой, которую ты знаешь, а это та техника, которую ты продаешь.

**ГАРТ:** Ну а как обстоят дела на рынке аксессуаров для календарей?

**О. К.:** По всем расходным материалам для календарей рынок переходит на продукцию отечественных производителей. Достаточно сказать, что на сегодняшний день

больше 90% курсоров делаются в России. Рынок этот довольно большой, по нашим оценкам, около десяти миллионов курсоров в год. Про ригели не могу сказать точно, но от 30 до 50% — также российского производства.

На рынке пружин на сегодняшний день наши производители импорт еще не вытеснили, но монотонно этим занимаются. Покупка нами второй машины, а затем третьей — мы собираемся это сделать — фактически приведет к тому, что 70% пружин будут изготавливаться в России. Импорт останется, потому что есть люди, которым это почему-то нравится больше. Это их право.

**ГАРТ:** Много ли компаний работает на этом рынке?

**О. К.:** На сегодняшний день мы видим следующих основных игроков: группа «Копитан», компания «Гевариус», «Сидосе», ну и ваши покорные слуги — компания

## Бумага и сервис высокого качества



подтверждено сертификатом соответствия  
требованиям международного стандарта ISO 9001:2000

(сертификат № 125141 от 23 января 2003г.)



**РЕГЕНТ-АРТ**  
ТОРГОВАЯ СИСТЕМА

Торговая система «Регент-Арт»: Москва: (095) 789-8034, 924-0117 Филиалы ГК «Регент»: Алматы: (+7 3272) 74-2424  
Екатеринбург: (3432) 56-1235 Казань: (8432) 12-1641 Киев: (+38 044) 458-2965 Краснодар: (8612) 22-7294  
Минск: (+37 517) 228-73-74 Н. Новгород: (8312) 31-3100 Новосибирск: (3832) 12-5800 Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522  
Самара: (8462) 35-3741 Санкт-Петербург: (812) 320-7170 Саратов: (8452) 45-9669 Тверь: (0822) 55-1116 Тула: (0872) 35-5736  
Уфа: (3472) 32-9888 Поставки в регионы: Москва: (095) 956-6623, 956-6624 [www.regent-art.ru](http://www.regent-art.ru)

«Полимаг». «Гевариус» продает как проволоку российских производителей, так и импортную. А собственное производство проволоки — это «Копитан» и «Полимаг».

Я не знаю, кто крупнейший, но вот эта четверка — серьезный кусок рынка. И среди этой группы у нас прекрасное взаимопонимание, прекрасные отношения, взаимопомощь и прочее, что тоже очень важно.

**ГАРТ:** Значит, есть какие-то договоренности, как этот рынок делить?

**О. К.:** Да, существует определенная внутренняя договоренность между участниками рынка. Он специальный, узкий и поэтому очень хрупкий.

**ГАРТ:** А если придет новый игрок?

**О. К.:** Смысла особого нет. Когда несколько лет назад мы и «Копитан» одновременно запускали машины для производства пружин, стоимость катушки проволоки в розницу доходила до 300 долл. За год цены упали в два раза по вполне понятным причинам. Ясно, что если возникнет третий игрок, они еще в два раза упадут и тогда рентабельность станет слишком низкой по сравнению с вложением капитала в какой-либо другой бизнес. А техника дорогая. У нас две таких машины, и стоят они около 300 тыс. евро каждая. Купил три машины — и миллиона как ни бывало. И расходные материалы дорогие.

Вообще, сегодня рентабельность производства аксессуаров для календарей становится соизмеримой с тем, что есть в полиграфии. Чудес не бывает! Все выравнивается.

Рынок двойной спирали фактически будет состоять из двух участников, потому что больше просто не нужно. Ведь Европу тоже обеспечивают всего три компании.

**ГАРТ:** Что, по Вашему мнению, будет происходить с этим рынком дальше?

**О. К.:** Несколько лет назад рынок календарей оценивался в 50 млн. За это время он мог и вырасти, хотя цены на эту продукцию упали. Я думаю, что кардинально рынок не изменился. Ну, может быть, стал 60–65 млн. Могут предположить, что через пару лет он начнет очень силь-

## Если у заказчика возникла проблема с расходными материалами, с машиной или, извините, с руками, то наш специалист может подъехать и это исправить

но падать по ценам, рушиться. А учитывая, что появилась сравнительно недорогая отечественная техника, количество владельцев оборудования с каждым годом будет только расти. Выживут все, но сезонность уйдет, а значит и сверхприбыли тоже. В этом ничего плохого нет.

«Сливки» будут еще года два. Именно у типографий. Но их сейчас набралась критическая масса, и через несколько лет цены уйдут процентов на 20–30 вниз. Возможно, этот год — последний или предпоследний. Но это у типографии прибыль станет падать, а у «Полимата» будет расти объем продаж. Этим-то и хорош такой бизнес.

## КОНКУРС КАЛЕНДАРЕЙ

Группа компаний ХГС и представительство MAN Roland в России приглашает полиграфистов принять участие в ежегодном конкурсе «Лучший календарь, напечатанный на Роланде».

На конкурс предоставляется 2 экземпляра календаря, напечатанного на любой машине фирмы MAN Roland. Календарь может иметь любой формат (за исключением карманного), количество листов и красочность. Одна типография может представить на конкурс не более 5 работ.

К календарю необходимо приложить краткое описание, где должно быть указано: название типографии, характеристика машины MAN Roland, особенности технологий, примененных при печати и тираж календаря. Любая дополнительная информация приветствуется. Также следует указать номинацию (можно сразу несколько), на которую представляется данный календарь.

## К НОВОМУ ГОДУ — ЗАБЛАГОВРЕМЕННО

Прошедший летний сезон показал, что спрос на этикеточную бумагу не только не уменьшился, но даже увеличился. Особой популярностью пользовались бумаги Kaubillprint 300 тиснения «лен», производимые концерном Ahlstrom Paper Group. Компания «Александр Браун» считает, что в преддверии Нового года — сезона увеличения потребления шампанских вин — эта бумага с оптимальным соотношением «цена/качество» будет тоже очень популярной.

К новому году «Александр Браун» предлагает высокоглянцевые бумаги Masterchrome и Masterlux производства Ahlstrom Paper Group, аналоги бумаг литого мелования. Из упаковочных бумаг, поставляемых концерном UPM-Kymmene, предлагается белая и прочная бумага Swan White Gloss плотностью от 70 до 120 г/м<sup>2</sup>. Бумага имеет прекрасную глянцевую поверхность, прочность и отличные печатные свойства. Используется, например, для изготовления бумажных пакетов и упаковки для мороженого.

Для ярких конфетных оберток предлагаются бумаги Jamsa Coat и Lumiflex, а также LopaCote Twisting машинной лазерной резки с твист-эффектом.

Картон Chromoscard производства концерна Stora Enso отлично зарекомендовал себя для печати открыток, вкладышей, рекламной продукции. Он выпускается в Швеции, имеет отличное качество, экологические показатели и широкую область применения.

Кроме того, в ассортименте «Александр Браун» имеются чистоцеллюлозные картоны Galerie Vision и Galerie Image.

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР  
АРХИВ НОМЕРОВ  
КОНФЕРЕНЦИЯ

**Обсудим?**

[www.kursiv.ru/GART](http://www.kursiv.ru/GART)



**SNOW/ART**

# *Новый взгляд на бумагу*

Качественная мелованная бумага





**Наталья  
ФЕДОРОВА**

Группа «Копитан»

Руководитель  
направления

**ГАРТ:** Наталья, как давно «Копитан» занимается переплетным оборудованием?

**Н. Ф.:** В следующем году наша фирма будет праздновать свое десятилетие, и практически столько же мы занимаемся переплетным оборудованием Renz.

Начали в 1996 г. с эксклюзивного соглашения на поставку офисного оборудования. Это соглашение действует на территории России, Украины и Белоруссии. В

1998 г. мы получили эксклюзив и на профессиональное оборудование Renz. Когда начинали работать с типографиями я, честно говоря, смутно представляла себе, есть ли вообще в России рынок такого оборудования. По тем временам казалось, что оно стоит каких-то совсем уж безумных денег.

**ГАРТ:** А что в тот момент происходило на этом рынке?

**Н. Ф.:** В 1996–1997 гг. производство календарей в России росло быстрыми темпами, но типографии использовали ручное оборудование для их переплета.

Руководствовались принципом: «Ежегодное обновление парка ручных переплетных аппаратов», так как за сезон при более или менее приличных объемах офисное оборудование «убивалось». Трудно было убедить типографии в необходимости приобретения дорогостоящих перфорато-

ров и переплетчиков для производства сезонного товара.

Первые контракты на профессиональное оборудование были заключены в 1998 г. — и сразу грянул кризис. Надо отдать должное таким типографиям, как «Альфа-Дизайн», «Полстар», PrintSpace, которые не отказались от покупки оборудования по уже подписанным контрактам и выполнили все свои обязательства, хотя в этот период трудно пришлось всем.

После кризиса существенно сократился рынок импортных школьных тетрадей и начало развиваться производство отечественных. Наступил новый этап продаж, поскольку появился спрос на автоматическое и полуавтоматическое переплетное оборудование. Теперь многие производители отечественных тетрадей, скрепленных металлической пружиной, работают на оборудовании Renz, которое поставили мы.

На сегодняшний день мы продаем полную линейку профессионального оборудования Renz, вплоть до автоматических линий. Так, например, высокоскоростная линия для производства календарей шириной до 500 мм установлена на одном из самых крупных полиграфических предприятий Украины.

**ГАРТ:** А как обстоят дела с конкуренцией? Оборудование Renz, видимо, не из дешевых?

**Н. Ф.:** Когда в конце 90-х мы начинали продажи, то были практически одни в этом сегменте рынка. Позже появились фирмы, предлагающие электрические перфораторы на ширину 500 мм и более, но они, в отличие от Renz, пробивают за удар не более 2,5 мм. Такую толщину перфорации имеют офисные переплетчики фирмы Renz, а профессиональный перфоратор пробивает за удар до 4,5 мм.

Фирма Renz была создана в 1908 г. еще прадедом сегодняшнего хозяина. Это семейный бизнес, где сохраняются традиции. Технологии Renz совершенствуются годами, имеется огромный опыт производственных разработок на основе новейших программ. Оборудование Renz поставляется во многие страны Европы и Азии, а также Соединенные Штаты Америки.

## Когда начинали работать с типографиями я, честно говоря, смутно представляла себе, есть ли вообще в России рынок такого оборудования

Внешнее копирование аппаратов Renz еще не гарантирует знаменитого немецкого качества! Ведь на разработку и отладку машины требуются годы, а фирме Renz уже более 90 лет.

Могу привести пример, подтверждающий качество и надежность оборудования Renz. Несколько лет назад я присутствовала на установке полуавтоматического переплетного аппарата Renz RSB 360 в одной ведущей московской типографии, работающей еще с советских времен. Мы с главным инженером прошли по цехам послепечатной обработки. В углу одного из них я увидела перфоратор серии Super 700 в достаточно старом исполнении. Поинтересовалась, откуда он. Оказалось, что аппарат Renz был приобретен еще в советские времена, и на нем активно работали, делая календари в течение 20–30 лет — точный возраст определить не удалось. Старожилы типо-

**HSM**  
комплексные решения проблем утилизации отходов полиграфии, автоматические прессы и системы аэрации

**RENZ**  
переплетное оборудование для производства календарей и тетрадей

**СПРИНГЛАЙН**  
расходные материалы для производства календарей и тетрадей

**КОПИТАН**

1 250 47, Москва, 1-я Тверская-Ямская, дом 29, строение 2  
(095) 251 0043, www.kopitan.ru

графии не могли припомнить, чтобы перфоратор хотя бы раз ломался в течение всего срока службы! На нем лишь периодически затачивались ножи.

**ГАРТ:** Чтобы техника работала бесперебойно, нужен хороший сервис. Сервисное обслуживание аппаратов Renz в России осуществляют инженеры Группы «Копитан»?

**Н. Ф.:** Да, у нас несколько дипломированных специалистов, прошедших обучение на заводах Renz в Германии, что позволяет «поддерживать» клиентов как в гарантийный, так и в послегарантийный период. На складе в Москве всегда имеются комплекты быстро изнашивающихся запасных частей — ремни, шестеренки, ролики — и мы достаточно оперативно реагируем на любой запрос. Ценим время наших клиентов, понимаем, как важно для них быть уверенным в том, что оборудование не будет простаивать ни минуты.

**ГАРТ:** Наталья, «Копитан» ведь занимается еще и производством пружин для переплета?

**Н. Ф.:** Да, в 2000 г. была приобретена машина для производства металлической пружины. До этого мы импортировали пружины, закупая их у Renz. Металлические пружины в бобинах легкие и объемные, мы возили «воздух», и себестоимость пружин оказывалась очень высокой. В связи с этим и появилась идея выпускать пружину самим.

Предлагаемая нашей компанией двойная спираль «Спринглайн» выпускается на новейшем оборудовании Bielomatik (на таких же машинах происходит формирование бобин Renz в Германии) из бельгийской проволоки Beakaert, которая по своим характеристикам — степени жесткости, прочности, толщине и равномерности нейлонового покрытия — лучше всего

подходит для данной продукции и широко используется всеми европейскими производителями металлической пружины.

**ГАРТ:** Вы не единственный производитель пружин в России?

**Н. Ф.:** Да, эта же мысль возникла и у руководства другой московской компании. Так на российском рынке одновременно появились две марки пружин отечественного производства: наша — «Спринглайн» и наших конкурентов-партнеров — «Полимат». Я говорю «конкурентов-партнеров», потому что с ними у нас сложились партнерские отношения. На самом деле, это замечательно, что мы и «Август Борг», прямые конкуренты, нашли общий язык.

**ГАРТ:** А что еще входит в ассортимент «Копитан»?

**Н. Ф.:** Сегодня наш маленький заводик по производству расходных материалов выпускает еще и ригели для перекидных календарей длиной от 80 до 500 мм, а также обложки для переплета.

В ближайшем будущем мы планируем увеличить производство металлической пружины, расширить предлагаемый нами ассортимент. Кстати, фирмы, купившие у нас переплетное оборудование Renz, получают специальные условия и цены на расходные материалы «Спринглайн».

**ГАРТ:** Кроме всего вышперечисленного, вы продаете прессы для утилизации отходов фирмы HSM. Эта продукция тоже востребована в типографиях?

**Н. Ф.:** Да, она становится все более популярной, ведь в типографиях большие объемы бумажных отходов. Оборудование быстро окупается, поскольку прессованную макулатуру типография продает по цене в три раза более высокой, чем непрессованную. ■

# КОЛЛЕКЦИЯ

РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ПОЛИГРАФИИ



**ОТКРЫЛСЯ МАГАЗИН** компании **ОктоПринт Сервис**, где вы можете приобрести полный комплект расходных материалов для полиграфии

- Монтажная пленка и скотчи
- Офсетные пластины
- Триадные краски фирмы BASF и ECO Graphics
- Краски системы смешения Pantone фирм BASF и ECO Graphics
- Масляные, воднодисперсионные и УФ-лаки фирм BASF и Weillburger
- Офсетные резинотканевые полотна производства фирм Phoenix Xtra Print и Day International
- Средства по очистке и уходу за офсетными полотнами и валиками фирм Varn и Druckchemie
- Калиброванный картон фирмы Marks-3-Zet
- Смывочные полотна DuPont Sontara
- Противоотмарывающие порошки Varn
- Пасты для очистки рук, перчатки и прочие вспомогательные материалы

**Магазин находится по адресу:**

**Москва, ул. Академика Ильюшина, д.16 к.1**  
Телефон: **152-67-22**, факс: **152-68-23**

**По этому же адресу находится наш офис**, где вы можете приобрести расходные материалы по безналичному расчету.

Телефон: **730-52-81**, факс: **730-52-82**

Также в компании **ОктоПринт Сервис** работает **сервис-центр**, где производится резка офсетной резины, армирование ее и намотка смывочных полотен.

**Приходите, мы Вас ждем.**

**до 31.12.2003**

**ВСЕМ ПОКУПАТЕЛЯМ МАГАЗИНА**  
**ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ СКИДКА 5%**  
**НА ВСЕ РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.**



**Олег  
ДОКИН**  
Мар Paper  
Заместитель  
генерального  
директора

**ГАРТ:** Олег, мы стараемся не упускать из вида рынок бумаги и почти в каждом номере публикуем какую-то информацию о нем. По нашим подсчетам, российский рынок мелованных бумаг практически не вырос в первой половине этого года. А как дела у Мар?

**О. Д.:** У нас за этот год прирост составил 30%. Ну а для оценки рынка в целом лучше всего за основу расчетов брать таможенную статистику, как это делает ГАРТ. Она очень близка к действительности. На сегодняшний день пытаться схитрить на таможне не солидно и невыгодно. В итоге обойдется дороже. Ставка очень высокая — репутация компании.

**ГАРТ:** Тем интереснее Ваше заявление: рост на 30% в ситуации, когда объем рынка увеличился незначительно — это большой успех!

**О. Д.:** Да, большой. Думаю, надо немного рассказать о том, как складывались дела у Мар в предыдущие годы. До 2000 г. мы были офисом продаж шведского концерна Modo Paper, и поэтому не могли продавать никакие чужие торговые марки. Из мелованных бумаг у нас была SilverBlade, а из офисных — DataCopy. Бумага SilverBlade делалась на небольшой бумажной фабрике в шведском поселке Сильвердален, расположенном на берегу живописной речки. Фабрика эта старая, ей уже тогда было около 150 лет. Менять там что-то, а тем более проводить обновление производства оказалось нерентабельным. Фабрика была вынуждена закупать бумагу-основу у нескольких поставщиков. Это сказало на качестве. Клиенты жаловались, поступали рекламации. Началось все это еще в 1998 г., и поскольку мы не могли предложить никакой альтернативы, то стали терять долю рынка в сегменте мелованных бумаг для полиграфии. А продажа мелованной бумаги была и остается для нас стратегической сферой деятельности.

После слияния в 2000 г. Modo Paper и Metsa Serla перед нами была поставлена одна задача — повышение прибыльности предприятия. Поэтому

сейчас у нас развязаны руки, и мы свободны в выборе производителей. Благодаря этому, в нашем ассортименте появились новые сорта мелованных бумаг. Теперь мы можем в полной мере обеспечить качество поставляемой продукции и улучшить обслуживание клиентов. Начиная с 2000 г. мы увеличили свою долю, наверстали упущенное и сейчас продажи быстро растут.

**ГАРТ:** Вы продаете в основном продукцию европейского концерна M-Real и бумагу корейского производства?

**О. Д.:** Да. Из полиграфических сортов это корейская бумага Neoart, хит продаж последних двух лет, и бумага производства M-Real — Euroart и Galerie One. Для нашего портфолио этот набор вполне достаточен, он перекрывает все ценовые ниши и те потребности клиентов, которые на сегодняшний день есть.

**ГАРТ:** Вы первыми начали возить корейскую бумагу?

**О. Д.:** Мелованную — да. Основная проблема, которая раньше останавливала всех, это логистика. Необходимы большие вложения, ведь поставка с завода Shinmorit в Корею до Москвы занимает около 90 дней.

**ГАРТ:** Это если везти морем. А если железной дорогой?

**О. Д.:** Мы пробовали и такой вариант, но потом отказались. Дело в том, что азиатский рынок бумаг — очень специфический, там совершенно другие плотности, нежели в Европе. Например, есть 127 или 116 г/м<sup>2</sup>. Я уже не говорю про форматы, которые не имеют ничего общего с европейскими. Для фабрики каждый наш заказ оказывался серьезной задачей — нужно было произвести и отгрузить сразу большую партию бумаги. Поэтому мы поступили так: чтобы обеспечивать оперативные поставки для наших клиентов, сделали склад стандартных для России форматов и плотностей в Эстонии. Одновременно там хранится минимум тысяча тонн мелованной бумаги. Представьте себе поезд, везущий такое количество!

Организация склада потребовала с нашей стороны дополнительных расходов, но с помощью корейских партнеров мы смогли построить такую логистическую схему.

**ГАРТ:** На российском рынке это самая недорогая бумага?

**О. Д.:** Да, эта бумага очень популярна и наиболее полно отвечает принципу «цена-качество».

**ГАРТ:** Кроме мелованной бумаги, Вы занимаетесь и другими видами?

**О. Д.:** Мы — одно из подразделений Mar Merchant Group. Таких подразде-

лений 26, и работают они в 22 странах Европы. Это сеть оптовиков, которая сейчас занимает в Европе третье место. В наш портфель продуктов входят картон, офисные, полиграфические и дизайнерские бумаги.

**ГАРТ:** А бумагами для рулонной печати занимаетесь?

**О. Д.:** Да, мы поставляем газетные бумаги шведской фабрики Holmen. Эта продукция востребована. Можно сказать, что газетная печать переживает сегодня второе рождение. Открывается много новых типографий. Газеты становятся цветными, в них появляется все больше рекламы. Но чтобы привлечь рекламодателей, мало напечатать цветные картинки — надо еще и обеспечить определенное качество печати издания. Невысокая гладкость отечественной бумаги не всегда этому способствует. А наша «улучшенная» газетная бумага повышенной гладкости дает очень хорошие результаты. Пользуются спросом высококаландрированные сорта, а также цветная газетная бумага, окрашенная в массу.

**ГАРТ:** А теперь расскажите про дизайнерские бумаги. Видимо, двумя основными проблемами в этом бизнесе является привлечение клиентов и организация продаж, ведь нередко дизайнерские бумаги покупают поштучно, а открытые пачки надо где-то хранить.. Как вы эти проблемы решаете и какие у вас успехи?

**О. Д.:** Вы не упомянули еще об одной проблеме: если на рынок выходит новая коллекция дизайнерской бумаги, то вся она должна быть в наличии на складе продавца. С другими бумагами все понятно — несколько плотностей и все, а здесь у каждой коллекции по 10 фактур, у каждой фактуры до 10–15 плотностей, а у каждой позиции еще и несколько форматов. Если все это перемножить, то получается достаточно большое количество видов. Хранить по одной пачке — глупо, потому что рассчитывать на людей, которые покупают

**БЕСПЛАТНАЯ  
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

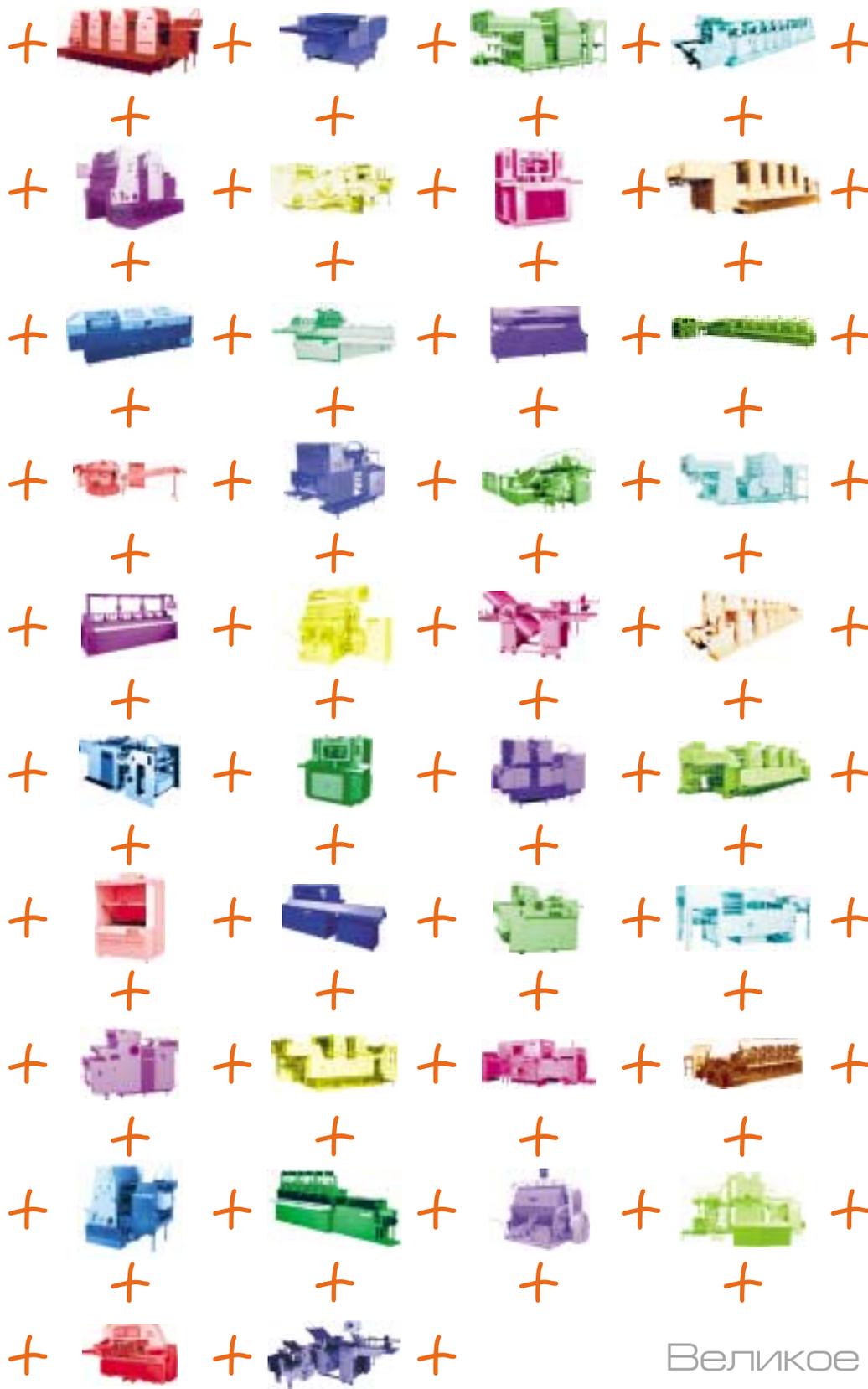
**ГАРТ и  
ГАРТ digital**

[www.kursiv.ru/GART](http://www.kursiv.ru/GART)

РАСПРОСТРАНЕНИЕ  
ТОЛЬКО  
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

Полиграфическое оборудование  
**BEIREN EUROPE**

Москва, ул. Илимская, 7    тел.: (095) 741-0722    www.beiren.ru    info@beiren.ru



Великое  
множество

+ + + **положительных**  
решений



## КОГДА ПРИХОДИТ ПОНИМАНИЕ, ЧТО МЫ СТОИМ НА ПОРОГЕ ОТКРЫТИЯ?



OPEN! →

ОТКРЫТО ДЛЯ  
СОТРУДНИЧЕСТВА!

Альфа-Дизайн предлагает  
внимание типографий

каширование

—

высечка

—

твёрдый переплет

—

позолота обреза

—

тиснение фольгой

—

блинтовое тиснение

—

полноцветная печать  
на крашеной  
в массе бумаге

# 450-50-01



д и з а й н®

www.alfa-design.ru

Олег ДОКИН  
(Продолжение. Начало на с. 22)

полистно, нерентабельно. Нужно хранить количество, достаточное для серьезного заказа. Если все это перемножить еще и на стоимость дизайнерской бумаги, которая значительно отличается от стоимости офсетной, то опять же получаются очень большие вложения. Тем не менее, какие-то марки мы уже сейчас активно продвигаем на рынке, организуя презентации и семинары.

Если перейти от частных к общему, я хотел бы подчеркнуть, что наша идея — не просто продавать бумагу со склада, а еще и обеспечивать клиентам дополнительный сервис. Наши базовые клиенты — это средние и мелкие типографии, которым держать большие запасы на своих складах невыгодно. В этой ситуации они рассчитывают на нас и уверены, что мы вовремя привезем им необходимое количество той или иной бумаги. Вот такая сверхзадача: быть всегда под рукой, привезти бумагу соответствующего качества вовремя и в необходимых количествах. И это полностью отвечает философии нашей компании: «Быть путеводителем в мире бумаги» (MAP. Your paper guides). **ГАРТ:** Планы на будущее — оптимистичные?

**О. Д.:** Да, и для этого есть основания: как Вы знаете, для экономики Европы настали не лучшие времена — стагнация. В некоторых странах даже падает потребление мелованной бумаги. В Германии, например, прошла волна банкротств крупнейших типографий со столетней историей. В общем, положение бумажных оптовиков в Европе — достаточно тяжелое. Если у нас рост измеряется десятками процентов в год, то там 2–3% — уже хорошо.

В связи с этим взоры владельцев нашей компании были наконец-то обращены на рынки России и СНГ. Руководство концерна стало серьезно рассматривать Россию как перспективный рынок. Сейчас этот вопрос обсуждается, и мы ожидаем, что инвестиции будут. В первую очередь, они нужны нам для строительства складского комплекса европейского уровня, который бы отвечал современным требованиям.

**ГАРТ:** В чем это будет выражаться для конечных клиентов?

**О. Д.:** Мы сможем предложить им больший ассортимент бумаги и картона, обеспечить необходимый сервис.

**ГАРТ:** Как, по Вашему мнению, будет развиваться российский бумажный рынок в дальнейшем?

**О. Д.:** Для обоснования предполагаемых инвестиций мы делали план до конца 2008 г. Это потребовало от нас большой аналитической работы: кто сегодня основные игроки, как они себя чувствуют, как развиваются, кто поставщики, как развиваются клиенты — на все эти вопросы мы постарались ответить. В результате наметились некие ориентиры. Например, мы прогнозируем, что рынок импортных офисных бумаг будет развиваться очень медленно — 3–5% в год. Это связано с ростом собственного производства офисной бумаги в России.

Будет расти рынок полиграфических бумаг, потому что строительства комбинатов, которые будут производить высококачественную мелованную бумагу, в России в ближайшее время не предвидится.

Мы также прогнозируем большой рост сектора текстурных бумаг, потому что растет рынок рекламы и всевозможных дизайнерских услуг.

Бурно растет рынок упаковки, поскольку развивается пищевая промышленность. Будет рост импорта упаковочных картонов, но не такой большой, потому что российские и украинские комбинаты частично покрывают спрос на мелованные сорта. Конечно, будет расти спрос на самоклеяку и самокопирку, потому что осваиваются сферы их применения, которые в Европе уже давно освоены.

**ГАРТ:** Интересный прогноз. Если судить по российскому рынку упаковки, на который сейчас выходят многочисленные иностранные производители, возникает ощущение, что крупные западные бумажные оптовики тоже могут обратить внимание на Россию. В результате все закончится покупкой ими российских оптовиков?

**О. Д.:** Да, такой вариант возможен, ведь новой компании очень трудно выйти на рынок — гораздо эффективнее воспользоваться готовой системой сбыта.

Еще одна причина в том, что доходность бумажного бизнеса падает из года в год, и нам кажется, что частным российским инвесторам скоро станет неинтересно вкладывать огромные средства в этот бизнес и получать за это относительно небольшие доходы. Таким образом, самым логичным шагом станет появление на российском рынке крупных бумажных оптовиков, имеющих опыт работы и прямые связи с производителями высококачественной бумаги и картона.

**АДАПТАЦИЯ**

Компания PrintHouse сообщает о выходе на рынок усовершенствованных версий увлажняющего раствора AlcoPlus, производимых английской компанией Hydro-Dynamic Products (HDP).

Линия концентратов увлажняющих растворов под маркой AlcoPlus уже дорабатывалась в 2001 г. компанией HDP по заявке ее российского партнера. Тогда в раствор были добавлены более активные компоненты, подавляющие водные бактерии.

В начале 2003 г. HDP разработала и начала производство двух новых увлажняющих растворов: NF16+, предназначенного для использования в воде повышенной жесткости (более 16), и TotalRespect, в состав которого входят компоненты, которые позволяют противостоять негативному воздействию солей кальция в воде, избежать кальциевых отложений на валиках печатной машины, а также обеспечить стабильный уровень pH и отсутствие эмульгирования.

В связи с тем, что марка AlcoPlus уже получила известность в России, смена серий могла внести путаницу. Поэтому по запросу PrintHouse компания HDP модифицировала серию AlcoPlus, введя в новые концентраты соответствующие компоненты, позволяющие получить свойства, аналогичные NF16+ и TotalRespect.

В результате в ассортименте PrintHouse появились новые увлажняющие растворы — AlcoPlus-16 и AlcoPlus-TCC (Total Calcium Control), которые сочетают в себе адаптированность к российской специфике с последними технологическими усовершенствованиями HDP. Указанные версии увлажняющих растворов рекомендованы для применения как на листовых, так и на рулонных офсетных машинах.

**VIP-НОВОСТИ**

Специалистами компании VIP-Системы установлена первая в России система СТР ECRM Мако4 с фиолетовым лазером (длина волны 405 нм) для серебросодержащих пластин с проявочной машиной Glunz&Jensen Raptor в режиме on-line. Интересно, что покупателем системы СТР стала не типография, а репроцентр который занимался выводом пленок на фотовыводном устройстве Esko-Graphics DotMate 7500.

Еще одна новость: право представлять Edale в странах СНГ и Румынии переходит к группе компаний «ВИП-Системы». «Выбор обусловлен тем, что группа «ВИП-Системы» представлена на территории всех стран СНГ и имеет квалифицированную и хорошо организованную сервисную службу», — сказал генеральный директор компании Edale Бернхард Гроб. Все владельцы флексографских машин Edale теперь имеют возможность получения технологической и сервисной поддержки включая поставки запасных частей.

Esko-Graphics является мировым лидером по числу установленных СТР-систем для флексографской печати, благодаря сотрудничеству с компанией DuPont, которая поставляет СТР-устройства для флексографской печати Esko-Graphics CDI и флексографские пластины Cyrel.

В России и странах СНГ Esko-Graphics CDI является лидером среди установленных систем СТР иностранного производства для флексографской печати. В настоящее время между компаниями Esko-Graphics, DuPont и «ВИП-Системы» достигнуто трехстороннее соглашение о том, что «ВИП-Системы» становится официальным сервис-партнером по гарантийному и послегарантийному сервисному обслуживанию флексографских СТР-систем CDI.

**СКОРОСТЬ!  
КАЧЕСТВО!  
НАДЕЖНОСТЬ!**

**VIP  
VISION  
IMAGE  
PRINT**

**Системы СТР  
Workflow**

**Гарантия на лазер 3 года**

- Максимальная автоматизация производства
- Минимальные вложения в оптимальный результат
- Опыт запуска в России
- Сервисная и технологическая поддержка
- Использование передовых алгоритмов растривания
- Интеграция Workflow по стандарту CIP 4
- Модульное построение, простота дооснащения

**PlateDriver**

**ВИП-Системы**

<p><b>Россия, Москва</b> Тел.: + 7 (095) 258-67-03 Факс: + 7 (095) 318-02-74 secretary@vipsys.ru</p>	<p><b>Россия, Новосибирск</b> Тел.: + 7 (3832) 55-40-99 Факс: + 7 (3832) 55-58-28 vipsibir@online.nsk.su</p>	<p><b>Беларусь, Минск</b> Тел.: + 375 (17) 233-93-19 Факс: + 375 (17) 233-93-26 t@tusson.minsk.by</p>
<p><b>Германия, Штуттгарт</b> Тел.: + 49 (711) 601 789 0 Факс: + 49 (711) 601 789 60 secretary@vipsystems.de</p>	<p><b>Украина, Киев</b> Тел.: + 380 (44) 517-53-33 Факс: + 380 (44) 517-51-00 secretary@vipsys.kiev.ua</p>	<p><b>Казахстан, Алматы</b> Тел., факс: + 7 (3272) 69-19-07 Факс: + 7 (3272) 69-46-20 vip_systems@nursat.kz</p>

**27.-31.10.03** Полиграфинтер 2003, Москва, Павильон 4, стенд 406.

[www.vipsys.ru](http://www.vipsys.ru) **ESKO graphics** EXPECT MORE

## Что посмотреть на «ПолиграфИнтер»

Группа «ВИП-Системы» впервые в странах СНГ покажет PlateDriver 8 Auto — полноавтоматическую систему СТР от компании Esko-Graphics, модель с фиолетовым лазером 30 мВт, проявочным процессором Glunz&Jensen InterPlater в специальной модификации по заказу компании Esko-Graphics и автоматическим стекером пластин. Устройство позволяет экспонировать как серебросодержащие пластины компании Agfa Lithostar Ultra, так и фотополимерные Plate (Lastra) LV-1 и Fuji Brilla. Производительность PlateDriver — до 22 фотополимерных пластин формата В1 в час с разрешением 2400 dpi. Устройство отвечает требованиям к изготовлению пластин для коммерческой печатной продукции с разрешением от 1200 до 3200 dpi. PlateDriver будет демонстрироваться с фотополимерными пластинами Plate LV-1.

Также впервые в России планируется показ печатной секции рулонной печатной машины Fast 300 планетарного построения для односторонней печати полотна в четыре краски с добавочной секцией для печати 4+1. Скорость печати составляет 30 тыс. отт./ч. Два раза в день машина будет демонстрироваться в рабочем режиме и печатать газету формата А3. На стенде будет также представлена узкорулонная флексографская машина Edale Alpha.

На импровизированном участке подготовки бумаги будет установлена гильотинная машина Eurocutter 132 Display немецкой компании MZE с длиной реза 132 см.

Также на стенде планируется показ фальцевальной машины Perple Magna ZYN660.

В павильоне «Гейдельберг СНГ» будут демонстрироваться решения для всех этапов полиграфического производства. Офсетные технологии будут представлять шестикрасочная полноформатная машина Speedmaster CD 102-6+LX с новым самонакладом Preset Plus (версия Drupa 2004), новыми опциями лакирования в линию и пультом CP 2000 с системой спектрофотометрического контроля Axis.

Будет показана система Prinect, объединяющая типографию в единую производственную сеть.

В зоне технологий цифровой печати кроме знаковых машин Quickmaster 46-4 DI Pro, Nexpress 2100 и Digimaster 9110 впервые в России будет демонстрироваться полуформатная офсетная печатная машина Speedmaster 74 DI с системой непосредственного экспонирования пластин.

В зоне коммерческой печати будет установлена полуформатная система СТР Prosetter 74-P и печатная машина Printmaster PM 74-4. Премьера выставки — Printmaster GTO-52-2 с функцией гибридного лакирования. Теперь возможно выборочное УФ-лакирование без специальных форм через лакировальную систему Laco.

Впервые можно будет увидеть новые технологии отделки в линию на печатной машине Speedmaster 52-5-D, оснащенной секцией высечки. Завод «Гейдельберг Ремонт» представит восстановленную машину Speedmaster 74-4H. Традиционно будет демонстрироваться машина для оперативной печати в одну и две краски Printmaster QM 46-2.

Впервые «Гейдельберг СНГ» представляет демо-

достойная компания



КОНКУРС ПРОХОДИТ  
ВО ВРЕМЯ ВЫСТАВКИ  
«ПОЛИГРАФИИНТЕР 2003»,  
ОРГАНИЗАТОР  
КОНКУРСА —  
ИЗДАТЕЛЬСТВО  
«КУРСИВ»

в шестой раз. хрустальный  
**Марзан**

ЦЕПЬ ИЗ ЖЕЛТОГО  
ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТАМИ  
В КОМПЛЕКТ «ХРУСТАЛЬНОГО  
МАРЗАНА» НЕ ВХОДИТ!

участок «Решения для послепечатной обработки», где можно будет увидеть автомат высечки картона WPM-300-A, штанцевальный автомат Ката 74 и фальцевально-склеивающую линию ЕСО 105. Будет также демонстрироваться новое решение для производства журнальной и рекламной продукции на базе комплекса оборудования Eurotechnika: система клевого бесшвейного скрепления Eurobind 445 Pro, работающая в линию с трехножевой резальной машиной Eurotrim. Будут показаны ВШРА T&B 310 sprint и фальцевальный автомат Stahl Ki 55 для производства малых и средних тиражей.

Резальные машины Polar будут представлены одноножевой Polar 115 и линией на базе Polar 137 в комплексе с вибросталквателем RA-4 и стапелеподъемниками LW-1000.

Впервые будет представлен полный комплекс услуг «Гейдельберг СНГ»: интегрированные предложения в области сервисного обслуживания, включая бесплатную профилактику оборудования, поставку запасных частей и расходных материалов, обучение технического персонала и «полный сервис»; предложения по управлению проектами и инжинирингу.

Кроме всего этого, в павильоне 4 впервые можно будет увидеть в работе рулонную офсетную газетную машину Mercury совместно-го производства «Гейдельберг» и КПЦ «Полиграфмаш» в рамках проекта «Спутник».

На стенде компании «Итрако» посетители выставки смогут ознакомиться с действующим печатно-отделочным оборудованием, а также широким ассортиментом расходных материалов для всех способов печати.

Центральное место экспозиции займет печатно-от-

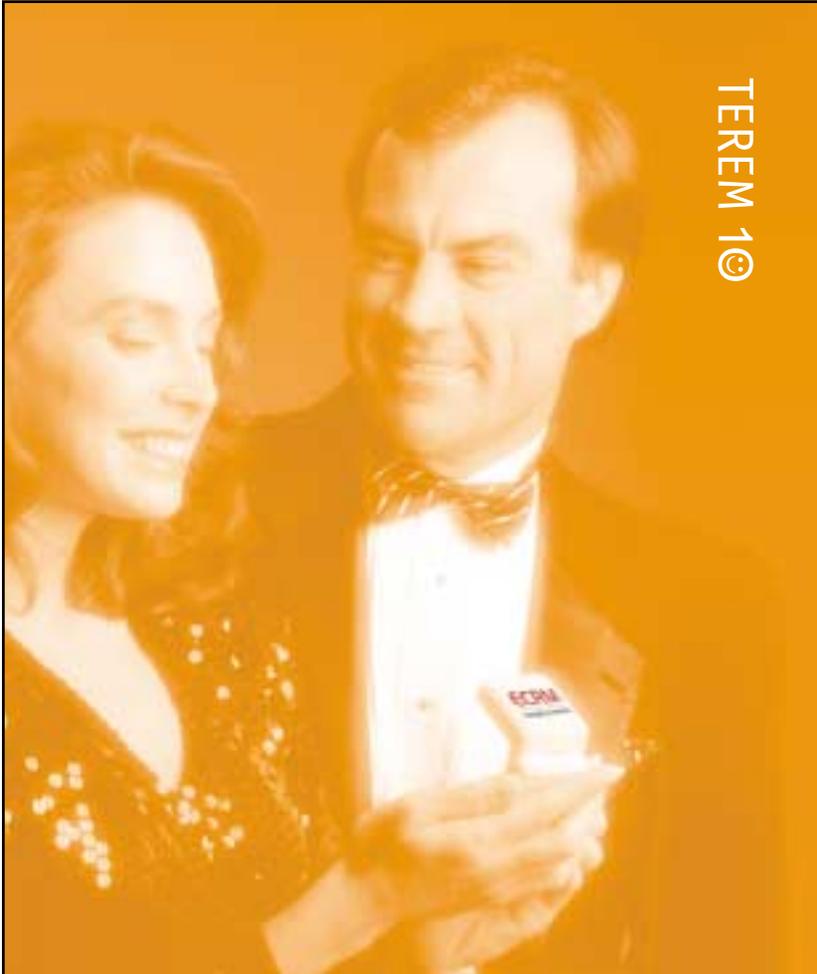
делочная шестисекционная флексографская машина Nilpeter FA-3300 UV (Дания), оснащенная новейшей секцией трафаретной печати — совместной разработкой компаний Nilpeter и Stork.

Кроме того, «Итрако» продемонстрирует в действии оборудование Newfoil-2500 (Великобритания) для горячего тиснения фольгой, конгревного тиснения и высечки рулонной упаковочно-этикеточной продукции. На стенде будет представлено и универсальное вырубное оборудование Medesa-320.

Будут показаны в работе: перемоточно-резательная и контрольно-счетная машина Rotoflex-VSI 330; оборудование для монтажа флексографских печатных форм фирмы AV Flexologic; оборудование для изготовления печатных форм Profile, оборудование для очистки растровых валов Flexowash.

Будет представлено оборудование и расходные материалы для трафаретной печати: полуавтоматический станок с устройством бокового выклада отпечатанного материала Novaprint P (SiasPrint Group, Италия); установка для автоматического нанесения жидкого копирующего слоя при изготовлении трафаретных печатных форм H 44-1 (Швейцария); пневматическая система натяжения сетки при изготовлении трафаретных печатных форм Sefar 2 (Швейцария), секция ротационной трафаретной печати RSI (Stork, Нидерланды) для узкорулонных флексографских печатных машин Nilpeter.

«Итрако» представит также: технологии и материалы для изготовления всех видов вырубной оснастки, широкий спектр расходных материалов для всех способов печати; самоклеящиеся материалы для печати Intercoat и Herma, фольгу для тиснения API Foil.



# ВЫГОДНОЕ СТР-ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Если в период с 01 ноября 2003 по 31 октября 2004 Вы приобретете СТР ECRM в компании Терем, то в течение первых трех месяцев работы Вы можете купить у нас **СТР-пластины по цене обычных.**

**ECRM**  
Imaging Systems

Кроме того, все обладатели любого оборудования ECRM могут стать участниками розыгрыша цифровой фотокамеры, если в течение действия программы "СТР-предложение" они пришлют в компанию Терем заполненную анкету.



**CoolPix 5700**

## Узнайте подробности

у наших специалистов на выставке Полиграфинтер 2003, павильон 4, стенд 409 или на [www.terem.ru](http://www.terem.ru)



Москва: ул. Спартаковская 11  
тел.: (095) 956-0404, факс: (095) 956-5518  
e-mail: [sales@terem.ru](mailto:sales@terem.ru), [www.terem.ru](http://www.terem.ru)

Санкт-Петербург:  
тел./факс: (812) 327-1031  
e-mail: [sales@terem.spb.ru](mailto:sales@terem.spb.ru)

На стенде компании **КБА** будет установлена полуформатная офсетная печатная машина «КБА Рапида 74», предназначенная для высококачественной акцидентной и упаковочной печати. Благодаря двойному диаметру печатных и передаточных цилиндров, машина работает на широком спектре материалов.

Кроме того, впервые в России будет представлена полуформатная четырехкрасочная цифровая листовая офсетная печатная машина «74 Карат». Машину отличает компактный дизайн и высокий уровень автоматизации.

Фирма «**Нисса Центр**» представит в павильоне 4а широкий спектр оборудования от ведущих мировых производителей. Впервые в России будут демонстрироваться полностью автоматизированная высокотехнологичная малоформатная офсетная печатная машина для печати тиражей любой сложности Hamada Impulse 452 P и офсетная печатная машина со спиртовым увлажнением и полуавтоматической системой смены форм Hamada H234A.

Из цифровых печатных машин на стенде будут hp indigo press 3000 — высокопроизводительный цифровой офсет второго поколения для печати на широком спектре материалов в расширенном цветовом диапазоне (в том числе цветами Pantone и смесевыми), а также Canon CLC 3200 — полноцветная система цифровой печати, признанная лидером 2003 г. среди многофункциональных цветных сетевых печатных устройств с производительностью 30–40 отт./мин.

Допечатное оборудование будет представлено новинкой для российского рынка — термальным СТР Creo Trendsetter News 70 для газетного производства, а также термальным устройст-

вом прямого экспонирования форм для коммерческой печати СТР Creo Trendsetter 800 II Quantum и системой управления допечатными процессами Creo Prinergy. Для цветопробы и контроля спуска полос «Нисса» предложит широкоформатный плоттер hp designjet 5500.

Посетители стенда смогут также ознакомиться с GlunzHD 85 Thermal — провялочным процессором для любых термальных и УФ-пластин.

Из послепечатного оборудования будут представлены: автоматический пресс SBL 820SE для высечки средних и крупных тиражей картонной упаковочной продукции; машина клеевого бесшвейного скрепления Jud MR 720; фальцевально-склеивающая линия SBL TS 450 NHW; комбинированная автоматическая фальцевальная машина GUK 50/4 для изготовления книжно-журнальной продукции и листоводборочная система модульного типа Duplo System 4000.

Будут также демонстрироваться расходные материалы и вспомогательные средства для полиграфии: термальные пластины для СТР Mitsubishi Diamond Plate LT-2, высокоглянцевые универсальные офсетные краски Colorprint Litolux, контрольно-измерительные приборы фирмы FAG-VRG SA.

В рамках выставки пройдет серия семинаров, организованных фирмой «Нисса Центр», где будут подробно освещаться вопросы внедрения разработок компании Creo на конкретных примерах работы в отечественных типографиях.

Традиционная форма участия компании «**Терем**» в крупнейшей отраслевой выставке в этом году будет пересмотрена. В соответствии с принятой стратегией — предоставлять готовые отраслевые решения — «Те-

рем» планирует обратить внимание посетителей стенда на консалтинговое направление своей деятельности.

Основной акцент в экспозиции будет сделан на комплексные решения в областях: оперативной и цифровой полиграфии, передовых технологий допечатной подготовки, решений для автоматизации редакционно-издательской деятельности и упаковочного производства.

«Терем» представит собственные наработки и решения большинства задач, типичных для каждого из направлений, проведет презентации, семинары и практические занятия.

Среди оборудования, представленного на стенде, центральное место займет комплекс допечатных систем: от Agfa Arogee для организации документооборота и Quark и K4 для автоматизации издательств до получения офсетных пластин (ECRM Мако и Agfa). Недавнее подписание дистрибуторского соглашения с компанией ECRM позволило сформировать унифицированную линейку фотонаборного и СТР-оборудования на базе продуктов ECRM и Agfa.

Большое внимание будет уделено технологиям оперативной печати — цифровые системы Xerox и комплексы Encad стали постоянными экспонатами экспозиций компании «Терем».

В рамках выставки будут объявлены четыре новые маркетинговые программы и подведены итоги действующих программ — «СТР Test Drive» и «Цифровые типографии в лизинг».

**Группа компаний ХГС** продемонстрирует на своем стенде две листовые офсетные машины производства фирмы MAN Roland — пятикрасочную полуформатную Roland 305 LV с лакирующим модулем и универсаль-

ную полноформатную восьмикрасочную Roland 708 с переворотом листа после четвертой секции.

Обе печатные машины будут объединены в сеть с помощью системы управления печатным производством PECOM, которая позволяет автоматизировать процессы подготовки заказов и предварительной настройки машины, а также контролировать процесс прохождения заказа в печатном производстве. Кроме этого к системе будет подключена допечатная стадия производства, откуда будут поступать данные для настройки красочных аппаратов печатных машин.

Посетители стенда смогут также ознакомиться с термальным СТР PlateRite 8000II фирмы Dainippon Screen, оснащенным встроенной системой пробивки отверстий для штифтовой приводки. PlateRite 8000II будет работать в режиме online с процессором для провялки пластин и устройством экономии проявителя Vantage.

Будет представлена и система управления рабочими потоками Trueflow фирмы Dainippon Screen, получившая высшие оценки в тестировании «2003 Seybold PDF shootout» и названная «одной из двух лучших по показателям эффективности вложенных средств». Демонстрироваться будет полная версия со всеми опциональными программными модулями, в том числе и модуль CIP3 для предварительной настройки красочного аппарата печатной машины.

Система управления полиграфическим предприятием DISO фирмы SSB, позволяющая полностью контролировать процесс прохождения заказов на полиграфическом предприятии, будет демонстрироваться как единый комплекс, объединяющий систему управления печат-

ным производством RECOM и систему управления допечатными процессами Trueflow. Наибольший интерес представляет программный модуль, позволяющий рассчитать плановую себестоимость и потом поэтапно сравнить ее с реальной себестоимостью выполненного заказа.

Кроме этого на стенде будут представлены планшетный сканер Cezanne Elite фирмы Dainippon Screen, резальная машина Wohlenberg и устройство переворота палет Торру.

В павильоне 4а на стенде компании «ЯМ Интернешнл» будет представлен в действующем режиме широкий спектр полиграфического оборудования. В зоне допечатной подготовки будут показаны две технологии изготовления офсетных пластин, которые будут демонстрироваться на системах СТР формата В1+. Одна из них — это FujiFilm Luxel Vx-9600 СТР в полуавтоматической конфигурации с двумя «фиолетовыми» лазерами в системе экспонирования, вторая — термальная система Luscher Xpose! 130. Ввод изображений будет демонстрироваться на профессиональном планшетном сканере FujiFilm Lanovia Quattro, а система цифровой цветопробы FujiFilm Pictro-Proof Printer II завершит допечатный процесс.

В зоне офсетной печати будет показана известная российским полиграфистам японская листовая офсетная машина Komori Lithrone 28 (520x720 мм) в пятисекционном исполнении, оснащенная лакировальной секцией и различными системами автоматизации. В зоне флексографской печати впервые в России будет демонстрироваться 12-красочная узкоролонная флексографская машина Ко-Рак 250 UV Flexo DUAL CID с двумя центральными печатными цилиндрами. Машина

запечатывает двусторонний материал шириной 250 мм, снабжена модулями УФ-сушки, а максимальная скорость печати составляет 150 м/мин.

Формы для флексографской печати будут делаться по экологически чистой технологии Toyobo с использованием водовывывных фотополимерных пластин.

Выделенными информационными зонами будут представлены технологии производства картонной упаковки и этикеток на специализированных поточных рулонных печатно-отделочных линиях Komori-Chambon (Франция), а также на широкорулонных машинах флексографской печати фирмы Carint-Cargraf S.r.l. (Италия).

В зоне послепечатного оборудования будут демонстрироваться машины для разнообразной отделки полиграфической продукции: одноножевая резальная машина Perfecta 115 TVC с расширенными боковыми столами; вертикальный листоподборщик Plockmatic 310+ на 10 ячеек для подбора листов формата А3, соединенный в линию с универсальной машиной для изготовления брошюр Plockmatic 61; компактная кассетная фальцевальная машина Morgana Junior с производительностью до 17 тыс. листов/ч, а также нумератор и перфоратор Morgana FSN с пневматическим самонакладом.

На стенде будут также представлены расходные материалы для офсетного и флексографского производства — пластины для СТР, фототехнические пленки и традиционные офсетные пластины FujiFilm, офсетные и флексографские краски VanSon, химикаты для печатных процессов Varn и FujiHunt, офсетные полотна ИМС, ножи и марзаны Fassco для всех типов бумагорезальных машин, флексографские пластины Toyobo и многое другое.



## УВЕЛИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ!



### Расходные материалы для полиграфии



PRINTHOUSE – МОСКВА  
Тел.: (095) 937-5151,  
937-5156

PRINTHOUSE –  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
Тел.: (812) 449-3794,  
449-3795

PRINTHOUSE – СИБИРЬ  
Тел.: (3832) 29-9380, 29-9081

PRINTHOUSE – УРАЛ  
Тел.: (3432) 56-9026

PRINTHOUSE – ЮГ  
Тел.: (8632) 52-6704, 58-6778

PRINTHOUSE – КАЗАНЬ  
Тел.: (8432) 99-7820, 99-7821

# БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

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

## Кто что планирует приобрести

Производители печатных машин переживают далеко не лучшие времена — падают продажи, сокращаются обороты... Приходится оптимизировать расходы, упразднять целые подразделения и даже прекращать производство некоторых видов продукции.

Продолжая начатую в прошлом номере тему слухов надо сказать, что Бернард Шрайер — председатель совета директоров компании Heidelberg — в начале октября подтвердил информацию о том, что его компания ведет переговоры с американской фирмой Goss. «На данном этапе, —

сказал руководитель Heidelberg, — мы находимся в стадии оценки различных вариантов сотрудничества. В конце октября или начале ноября мы сможем сказать, каким образом будет реализована идея объединения усилий с Goss».

На фоне этого фирма Xerox рапортует о росте объемов продаж по сравнению с прошлым годом. В разных секторах он различен, но объем продаж цифровых печатных машин (имеются в виду DocuColor 6060 и iGen3) во втором квартале 2003 г. вырос по сравнению с таким же кварталом 2002 г. на 6%.

Мы публикуем невеселую статистику о том, какой процент опрошенных полиграфических предприятий в США планирует приобрести офсетные печатные машины.

### 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
- Узкорулонные флексографские машины (до 60 см)
- Широкоформатные флексографские машины
- прочее

### Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

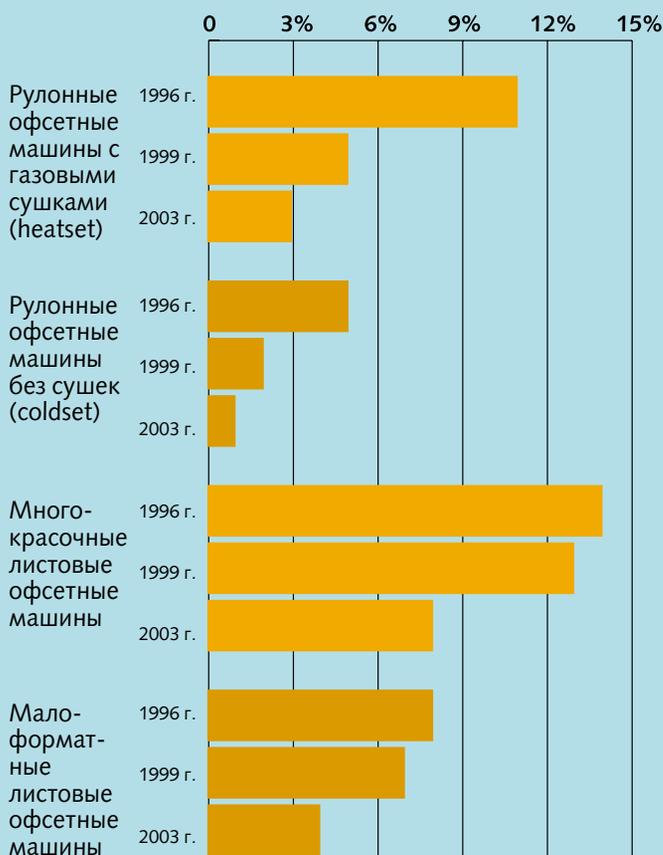
Должность:

Название фирмы:

Адрес:



### ИЗМЕНЕНИЕ ДОЛИ ТИПОГРАФИЙ США, ПЛАНИРУЮЩИХ ПРИОБРЕСТИ РАЗЛИЧНОЕ ПЕЧАТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



ИСТОЧНИК: TRENDWATCH GRAPHIC ARTS

# ROLAND 900

## Эффективная

## машина.

**H.G.S**  
G R O U P



**Машину «ROLAND 900»** отличает высокий уровень автоматизации. Она предназначена для листовой офсетной печати в промышленных масштабах и используется в печати упаковки, рекламной печати и издательском деле. Вам обеспечена большая экономическая эффективность производственного процесса, в том числе при печати небольших тиражей, и стандарт качества, свойственный среднему формату. Все это действительно для печати на бумаге и картоне, для многокрасочной печати – до восьми красок – и для самых разных вариантов поточного лакирования. Система электронного управления производственными процессами «РЕСОМ» объединяет допечатные, печатные и послепечатные процессы в единое цифровое поточное производство.

Более подробную информацию о всех преимуществах машины «ROLAND 900» Вы можете получить по телефону: (095)737 6270, по факсу: (095)125 2240 или по адресу в Интернете: <http://www.hgs.ru>



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

## Speedmaster 74 DI:

Будучи лидером в технологии прямого экспонирования, Heidelberg создал новое решение на базе проверенной

### офсетная машина

Speedmaster SM 74 с технологией термального экспонирования. Speedmaster 74 DI обеспечивает полностью

### со скоростью цифрового офсета

цифровое Workflow в типографии и гарантирует оперативное выполнение заказов в формате 50x70

с безупречным офсетным качеством.

ООО «Гейдельберг СНГ»

Тел.: (095) 775 80 20, 775 80 21

Факс: (095) 775 80 22

Hot Line сервис: (095) 920 47 63; (095) 997 77 51; (095) 765 06 17

[www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com), E-mail: [hoc@ru.heidelberg.com](mailto:hoc@ru.heidelberg.com)

**HEIDELBERG**