

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НОМЕР 10 (88) ■ 2007

**СИЛЫ
И СРЕДСТВА**

с. 17



В НОМЕРЕ:

БОЛЬШЕ ОПТИМИЗМА	3
КОЛОНКА ЗАХАРЖЕВСКОГО	12
ХРУСТАЛЬНЫЙ МАРЗАН 2007	15
СИЛЫ И СРЕДСТВА	17

А еще мы подготовили сказку о глубокой печати. Специально для новогоднего номера — с пиратами и сокровищами

А. Романов (с. 3)

Это принципиальная позиция: нельзя пытаться получить дополнительную загрузку за счет снижения цен

А. Федотов (с. 6)

Либо типографии будут вкладывать деньги в развитие, либо издатели будут решать свои проблемы самостоятельно

А. Кабаев (с. 8)



**Андрей
ФЕДOTOV**

Типография
«АМ-Графикс»
Генеральный
директор

ГАРТ: Андрей, в полиграфии Вы уже давно. Но создание новой типографии — это достаточно серьезное решение. Расскажите, с чего все начиналось.

А. Ф.: Все началось не так давно и, можно сказать, практически с нуля. Были, правда, печатная машина, резак и фальцовка. Далеко «не новые». На сегодняшний день из бывшего оборудования остался только степлер Рапида. В течение короткого времени мы меняли все. Приобрели полуформатный четырехкрасочный Heidelberg Printmaster 74–4.

Но на этом не остановились. Позже купили ламинатор, тигель, листоподборочную линию Theisen&Bonitz, оборудование для производства календарей, фальцевальную машину Stahl и резальную — Polar 92.

(Продолжение на с. 4)



**Александр
КАБАЕВ**

Управляющая
компания
Издательство
«Эксмо»
Генеральный
директор

ГАРТ: Александр, мы в предыдущем номере затронули тему книг. Вы ведь опять в этом бизнесе? Как оцениваете перспективы рынка?

А. К.: Я не совсем согласен с тем, что написано в предыдущем номере. Попробую изложить свою точку зрения. Да, сам рынок в денежном эквиваленте растет медленно, а в натуральном вообще сокращается третий год подряд. То есть, в среднем, реальная рентабельность бизнеса близка к нулю. На взгляд стороннего наблюдателя, все именно так и есть. Но как раз в этом году на рынке производства книг произошли очень серьезные экономические изменения. Избыток производственных мощностей, наблюдавшийся еще два года назад, из-за ухода серьезных игроков и стечения других обстоятельств сменился дефицитом.

(Продолжение на с. 8)

мелованная бумага из Китая

PRO
MEGA
COAT



Комус
П С Б К

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

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

ГАРТ**Новости. Регулярно и компетентно.**

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

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

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307**Адрес в Интернет:** www.gart.ru**E-mail:** gart@kursiv.ru**Учредитель:** издательство «Курсив»**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru**Ведущий редактор:** Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru**Адрес редакции:**

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (495) 725 6001**Подписано в печать:** 10.12.2007**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 3444**Печать офсетная.** Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2007

Все права защищены. Перепечатка возможна

только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**БОЛЬШЕ ОПТИМИЗМА**

Кое-кто считает, что корабль в бутылке сделать очень просто. Насыпать в бутылку запчастей, налить клея и потрясти. Эксперименты, которые проводились над нашей полиграфией, очень похожи на этот процесс. В результате получалось все что угодно. Кроме кораблей. В какой-то момент даже получилась вещь, которая, по мнению авторитетных экспертов, представляла собой гибрид швейной машинки и секретного танка новейшей конструкции. Но ничего похожего на парусник так ни разу и не вышло. Да и клей засох. Так может, уже перестать трясти?

Ну вот, снова мы о грустном. А читатели, между прочим, просят добавить оптимизма. Добавляем. В этом номере интервью с двумя оптимистами. Оказывается, может работать типография в нашей столице! И не соберется пока никуда съезжать. А когда закончится кризис (о котором неоднократно рассказывали участники предыдущих номеров), так вот, когда он закончится, наступит этап нового развития нашей полиграфии. Ну, а наш главный и постоянный оптимист — Ю. Захаржевский в мыслях давно уже перенесся в новое «послепечатное» мультимедийное измерение. Это, видимо, то, во что разовьется предприятие А. Федотова после окончания «очистительного» кризиса, предсказанного А. Кабаевым.

Если говорить о послепечатном оборудовании, то поставщики его чувствуют себя вполне бодро. Типографии, у которых дела в прошедшем году шли не самым лучшим образом — покупают новое оборудование. Видимо, уже прошли те времена, когда послепечатное оборудование покупалось по остаточному принципу. Сегодня такой подход грозит снижением конкурентоспособности полиграфического предприятия. Как следствие, некоторые продавцы перевыполнили план на десятки процентов. В следующем номере мы предполагаем поговорить с одним из них.

Под Новый год как-то принято рассказывать волшебные истории. Одна из

них (на 100% правдивая) — это история типографии «Пролетарский светоч», которой в этом году исполнилось 220 лет. Представляете? Чтобы лучше представлялось, напомним, что приблизительно в то время, когда образовался «Светоч» (тогда название, конечно, было другим), был обнародован указ императрицы Екатерины II о «вольных типографиях», которые можно было организовывать без всякого разрешения. И тут же активизировались книгоиздательство и книготорговля. А через 13 лет последовал другой указ: «Об ограничении свободы книгопечатания и ввоза иностранных книг; об учреждении на сей конец ценсур... и об упразднении частных типографий».

А еще мы подготовили сказку о глубокой печати. Специально для новогоднего номера — с пиратами, сокровищами и секретами. Так что читайте, и с Новым Годом вас! Пусть он принесет больше поводов для оптимизма, чем нынешний.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ:

ГАРТ № 11-2007:
КАДРЫ

ГАРТ № 12-2007:
БУМАГА

ГАРТ № 01-2008:
ЗАКАЗЧИКИ
В ПОЛИГРАФИИ

ГАРТ № 02-2008:
СИСТЕМЫ СТР



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



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

Андрей ФЕДОТОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

Из всей техники самая лучшая и стабильная машина — Polar. С ней за два года ни разу не возникло никаких проблем. Буквально, включили — и она работает до сих пор, практически круглосуточно.

Фальцовка достаточно серьезная, с оконным фальцем и клеевой головкой. Ведь тираж оконного фальца в 5 тыс. еще можно было «доделать» вручную, а вот 50–100 тыс. — уже нереально. С появлением Stahl к нам стали активнее обращаться клиенты именно с такими специфическими заказами. Поставили выполнение этих работ на поток, получилась нормальная загрузка. Потом приобрели еще термоклеевую и бумагосверлильную машину.

ГАРТ: То есть, послепечатное оборудование — очень важная составляющая?

А. Ф.: Для такой типографии как наша — безусловно. Кроме своих заказов, мы берем работы со стороны. И от типографий, и от агентств. Это нормальная дополнительная загрузка, которая приносит определенную прибыль. Конечно, за миллионные тиражи мы не беремся, но с малыми и средними справляемся успешно.

ГАРТ: Если все приобретенное оборудование — новое, то это уже достаточно высокая финансовая нагрузка для предприятия.

А. Ф.: Да, все новое. Деньги — заемные. Конечно, соблюдать график выплат непросто, но мы стараемся не подводить наших финансистов.

ГАРТ: Приобретать ничего дополнительно пока не планируете?

А. Ф.: Нам нужно что-то решать с листоподборкой. Десяти имеющихся секций катастрофически не хватает — требуется, как мини-

мум, 16–18. Но у нас, к сожалению, нет места для размещения такой длинной горизонтальной линии. Наверное, придется брать вертикальную подборку с башнями. Я смотрел Hogi-

**В среднем
получается
20–22 прилад-
ки за 12-часо-
вую смену.
Тираж
5 тыс. листов
делается
за 55 минут,
от смены форм
до последнего
оттиска**

son. Конечно, лотки даже в VAC 60 маленькие, но понравилась компактность линии. Большой выбор в плане дооснащения — от бюджетного решения до максимально возможного, причем постепенно, в процессе эксплуатации.

Кроме того, остро стоит вопрос о замене устройства для бесшвейного скрепления. За год оно практически «развалилось», не выдержав наших нагрузок — сделали на нем почти 1 млн циклов. Будем покупать что-то более серьезное и более производительное, с расчетом на круглосуточную работу.

Скорее всего, купим еще отдельную трехстороннюю резку, чтобы повысить качество и скорость подрезки брошюр. Нужна трафаретная линия для УФ-лака, потому что нашим клиентам эта услуга требуется все чаще. Вообще, идей пруд пруди, вплоть до объединения участков с другими типографиями для создания единого послепечатного производства.

ГАРТ: А если говорить о печати?

А. Ф.: У нашей машины на счетчике 26 млн оттисков за два с небольшим года. То есть от 0,8 до 1,5 млн оттисков в месяц. При том, что у нас заказывают, в основном, малотиражные с точки зрения офсета работы. Среднестатистический тираж на начало этого года составлял немногим больше 3 тыс. листов. На сегодняшний день — надо уточнить, но, я полагаю, около 2 тысяч.

ГАРТ: Тогда в смену должно делаться достаточно много приладок?

А. Ф.: Да, так и получается. По нормативу — 15 полноцветных, рекорд — 28. Печатники разобрались в технике и научились работать. В среднем получается от 20 до 22 приладок за 12-часовую смену. Тираж 5 тыс. листов делается за 55 минут, от смены форм до последнего оттиска.

ГАРТ: Не проще было сразу взять более автоматизированную машину?

А. Ф.: Ну, сэкономили бы минут 7–10 на приладке, думаю, не больше. А стоила бы такая машина прилично дороже. Для начала, для первого шага развития, я считаю, мы сделали самый правильный выбор.

Купили, кстати, еще одну печатную машину. Точно такую же, но двухкрасочную — Heidelberg Printmaster 74–2. Монтаж и пусконаладка окончены — работаем на полную мощность. Этим приобретением сразу решаем все проблемы с дополнительными красками, лаком, да и просто нужен «дублер» на случай непредвиденных обстоятельств.

ГАРТ: То есть, помещение все-таки позволяют расширять производство?

А. Ф.: К сожалению, нет. Площади на сегодня — наша основная проблема, ютимся как можем, уплотняем. Само помещение имеет 15-метровые потолки при площади 250 м². Мы



ДЕТАЛЬНЫЙ ПОДХОД

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

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

ПРИНТЭКСПЕРТ
ТИПОГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ / СЕРВИС

уже сделали второй этаж, подумываем о третьем. Растем вверх! (смеется) Тем не менее, по первому этажу приходится передвигаться «бочком» между палетами, и крупногабаритное, «длинное» оборудование ставить просто некуда.

Да что там оборудование, рабочих мест для брошюровки и ручных работ практически нет, иногда какие-то ручные работы выполняем практически на палетах с бумагой.

ГАРТ: Зато географическое положение достаточно хорошее.

А. Ф.: Да, начало Рязанского шоссе, третье кольцо совсем рядом, есть все выезды, поэтому удобно добираться ко МКАД и в центр. Склады бумажников все рядом. Опоздали заказать — можно подъехать на своей машине и взять бумагу.

Проблема лишь в том, что расширить существующие площади очень сложно.

На них очередь арендаторов. Планируем к лету все-таки получить еще метров двести. Надеюсь, удастся.

ГАРТ: И тогда?

А. Ф.: Хотим поменять основную печатную машину. Взять Speedmaster SM 74 или даже CD 74. О конкретной конфигурации будем задумываться, когда будет ясность с помещением.

ГАРТ: Ну, давайте теперь поговорим о СТР.

А. Ф.: На самом деле, это долгая история. Скажу только, что если бы я покупал систему сейчас, то взял бы, видимо, совсем другую.

ГАРТ: У вас ведь термальный полуформатный Kodak. Что, с ним какие-то проблемы?

А. Ф.: Да нет, устройство работает. За год вышел из строя только один диод. Приехали специалисты поставщика и просто перекинули оптоволоконную пару на один из 20 запасных диодов. Сгорела одна из плат,

пришлось недельку выводится в ИТАР ТАСС. А так — на счетчике сегодня 19 тыс. пластин. Объем вывода у нас получается около 700 м² в месяц. Из них около 20% — на сторону.

Мы изначально собирались работать с беспроцессными пластинами, поэтому выбрали термальную технологию. Планировали заниматься коммерческим выводом форм, для чего приобрели конфигурацию с автоматической загрузкой пластин и несколькими касетами. Уже, вроде бы, установили свой выбор на Heidelberg Supraformer, но в самый последний момент взяли Magnus 400. Мы выводили в свое время формы для себя и еще двух типографий. Три формата, три касеты. Идеальный вариант.

ГАРТ: В чем же тогда проблема?

А. Ф.: Оказалось, что беспроцессная технология хороша, но не для нашей

печатной машины и не для нашего комплекса. Проблема в том, что в нашу печатную машину не передать данные RIP3 для установки красочных ножей. Поэтому печатник все делает вручную, на глаз, сразу при установке формы. Для этого ему нужно видеть изображение на форме, а оно на беспроцессных пластинах практически незаметно, контраст слабый до проявления пластины на печатной машине. Поэтому после проявления печатнику приходится опять «пробегать» по всем секциям и корректировать установки ножей.

Наше СТР не совсем подходит для беспроцессных пластин еще и по другой причине. Чтобы автозагрузчик стабильно удалял прокладочную бумагу, влажность в помещении должна быть не менее 50%. А при такой влажности чувствительный слой беспроцессных пластин, которые

Rely on us.SM

Flint Group предлагает самый широкий ассортимент красок для печати по упаковочным материалам и этикеткам

- **Flint Group:** Водно- и органорастворяемые краски и лаки для глубокой и флексографской печати
- **XSYS Print Solutions:** УФ- и водорастворяемые краски для флексографской печати, УФ-краски для офсетной, трафаретной и высокой печати, а также широкий ассортимент лаков, клеев и специализированных красок для узкорулонной печати

Flint Group, следуя многолетней традиции, оказывает своевременную компетентную техническую поддержку и сервис, помогая своим заказчикам работать с максимальной эффективностью.

125171 Москва, Ленинградское шоссе 16, стр. 9, тел.: +7 495 775-1760

194100 Санкт-Петербург, ул. Новолитовская 15, офис 536, тел.: +7 812 380-3150

www.flintgrp.com

FlintGroup

мы используем, меняет свои характеристики. Получается своего рода «засвечивание». Пластины набирают воду, и потом нормально не экспонируются — в процессе печати проявляются области, на которые попадала влага, очень похожие на рябь. При влажности, рекомендуемой поставщиком СТР, достаточно двух-трех суток, чтобы находящиеся в кассете нижние пластины «засветились» и оказались непригодными для печати. Самое странное: иногда бывает так, что «рябь» на пластине практически не заметна и при печати первые оттиски нормальные, а далее постепенно «засвеченные» области проявляются все больше и больше. Сравнивая первый и последний оттиски, видишь приличную разницу.

ГАРТ: Пришлось перейти на обычный термал?

А. Ф.: Да, но, сделав ставку на беспроцессную технологию, мы приобрели «бюджетную» проявку. А это отражается на качестве форм.

ГАРТ: Замкнутый круг! А как с допечатной подготовкой?

А. Ф.: Ну, это-то как раз самое простое, ведь мы всю жизнь этим занимались. Практически ни один заказчик не приносит на 100% готовой работы. Их приходится править, делать спуски полос. У нас есть и РС, и Мас. Сразу приобрели Preps, нормальную систему workflow — Prinergy Evo. Для экспериментов — опцию стохастического растривания. Купили цифровую цветопробу GMG, которой очень довольны.

ГАРТ: Калибровали под процесс?

А. Ф.: Да, печатали на машине шкалки, измеряли — и строили свой профиль под цветовой охват нашей печатной машины. Теперь я уверен в том, что на печатной машине получится если не точно так же, то с вполне допустимыми отклонениями. А большинство сюжетов получаются один в один.

ГАРТ: А если заказчик приносит свою цветопробу?

А. Ф.: Раньше приносили, а сейчас практически нет. Мы объясняем всем, что для полной уверенности используем только нашу. При необходимости, заказчики корректируют свои макеты, несмотря на то, что где-то им уже сделали аналоговую пробу и она их устроила. За последнее время требования клиентов существенно выросли. Есть такие, которые полистно проверяют на разнотон весь тираж. Но мы, с нашим оборудованием — справляемся, и уверены в результате.

ГАРТ: А кто они, ваши заказчики?

А. Ф.: Заказчики, в основном, прямые. Доля рекламных агентств — всего 30%. Но сказать, что есть какие-то крупные клиенты, обеспечивающие «жирные» заказы, которые можно неспешно делать по месяцу — нельзя.

Работы — самые разные, от тонких бумаг до картона 300-350 г/м².

ГАРТ: Но это все рекламная продукция?

А. Ф.: Да, конечно. Промышленной упаковкой и этикеткой мы не занимаемся. Есть уникальный продукт — кубики-трансформеры, которые кроме нас в Москве практически никто не делает.

ГАРТ: В эти игрушки многие пытались «играть».

А. Ф.: До этого некоторые пытались заказывать кубики-трансформеры в Китае и Турции, но там сроки, сами понимаете...

Возможно, многие задумывались об их производстве здесь, но нам удалось довести эту идею до готового продукта. Правда, помучились достаточно. Заказали и изготовили собственную пресс-форму, теперь нам «льют» детали. Оказалось, что допуски размеров при изготовлении «кубиков» не должны превышать 30 мкм. Еще и не любое сырье подходит. Не все так просто...

Тем не менее, спрос стабильный, в месяц мы делаем 5–6 тыс. штук.

ГАРТ: Кстати, о клиентах: говорят, этот год существенно отличался от предыдущих по загрузке. А Вы как считаете?

А. Ф.: Согласен. Начало года было так себе, в октябре мы тоже «отдохнули» без заказов.

ГАРТ: А цены на полиграфическую продукцию за два года сильно изменились?

А. Ф.: Мы их немного повысили. Перевели постепенно из долларов в рубли.

Параллельно дорожает бумага, и общие цены на производство растут, но стоимость услуг мы не снижаем, даже когда с заказами «неважно». Это принципиальная позиция: нельзя пытаться получить дополнительную загрузку за счет снижения цен. Это приведет только к сокращению прибыли. А еще мы полностью отказались от «откатов». Я предполагал, что из-за этого произойдет определенный отток заказов, но мои ожидания, к счастью, не оправдались. Вы даже себе представить не можете, насколько проще и легче стало работать.

ГАРТ: Андрей, Вы когда-то активно интересовались цифровой печатью. Не планируете ее использовать теперь?

А. Ф.: А мы долгое время активно ей занимались. Несмотря на то, что у нас был неновый Xerox DC 12, печатали 5–7 тыс. оттисков в месяц. Я, честно говоря, ишу человека на «цифру». Найдю — сразу возьмем DC 250. Цифровые заказы нам даже искать не надо. Приходят те же клиенты, и им часто все равно, на чем их работа будет напечатана. Цифровое качество многих вполне устраивает.



ВОТ ЭТО ЮБИЛЕЙ!

5 декабря (по новому стилю) 1787 г. в Тамбове по инициативе Г. Р. Державина была открыта первая провинциальная типография, «в которой печатались не только указы сенатские, но прочие, скорого исполнения требующие предписания губернского правления». Кроме газеты «Тамбовские известия» и книг, типография печатала «билеты визитные разных сортов и цветов, с внесением имен по желанию».

В 1909 г. типография приобрела в собственность первую в Тамбове электростанцию, и оборудование стало приводиться в движение электричеством. В 1911 г. были приобретены и установлены два немецких лино-типа.

В 1922 г. Гостипографию № 2 и влившуюся в нее в 1917 г. типографию А. Н. Васильева в ознаменование пятой годовщины национализации типографий города Тамбова переименовали в «Пролетарский светоч». Это название сохранилось и по сей день.

«Пролетарский светоч» смотрит в будущее с уверенностью и готовится к решению новых задач. В юбилейный для предприятия год при поддержке администрации области и областной Думы выделены средства для приобретения многокрасочной газетной печатной машины.

Вот так. А вы говорите, кризисы... ГАРТ присоединяется к поздравлениям и желает юбиляру успешного развития, полной загрузки, ну и, конечно, долгих лет жизни.

СИМВОЛ МЕЧТЫ

夢

LITHRONE S40

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

М Е Ч Т А

СОЛНЦЕ ВОСХОДИТ
ТОТ, КТО ИДЕТ ЗА МЕЧТОЙ
ТИГРУ ПОДОБЕН



www.yam.ru

KOMORI

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

YAM

YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
E-mail: info@yam.ru

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

Александр КАБАЕВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

Я вас уверяю, на сегодняшний день в России есть неудовлетворенный платежеспособный спрос на производство миллионов экземпляров книг! Причем с нормальной маржой.

ГАРТ: Неужели «избыток» мог так быстро закончиться?

А. К.: Объясню. Так уж сложилось, что каждое книжное производство имеет свою специализацию (точнее, ориентацию), свой ключевой продукт. Даже внутри «чернухи» есть своя специализация. Например, форматы 84x108/32 и 60x90/16 — это две разные ниши.

Основным форматом на рынке является 84-й, но производственные мощности именно по нему в России, ну, или, скажем, в пределах досягаемости из Москвы, теперь ограничены. А спрос в этом году оказался высоким. Внезапно. (Смеется) Хотя его можно было прогнозировать, ведь многие бестселлеры в популярных жанрах крупнейших издательств выходят именно в этом формате. В других секторах, включая цветную книгу, такого дефицита нет.

ГАРТ: И это, вероятно, отразилось на ценах?

А. К.: Совершенно верно. Бестселлеры — стратегический продукт любого издательства, они приносят основной доход. А тут получилось так, что крупные типографии еще в начале осени (то есть в начале сезона) имели «перегрузку» в полтора-два раза и вынуждены были отказывать даже крупным издательствам. Цены на производство в таких типографиях резко выросли. Если раньше на таких условиях они работали лишь с небольшими издательствами, то теперь и с крупными. У некоторых издателей рост затрат на производство книг составил не два-три, а десятки процентов. А что делать, приходилось платить, ведь книги нет, пока она не отпечатана.

Причем, если производство журналов у нас и, например, в Польше, особенно не отличается, то разместить заказ на производство книг в Европе достаточно проблематично. Наши спецификации и форматы для них являются нестандартными.

ГАРТ: У «Эксмо», при наличии твердского «Полиграфкомбината» и других партнеров, тоже возникали проблемы?

А. К.: «Эксмо» по количеству наименований продукции — одно из крупнейших издательств в мире, и для печати всей нашей программы не хват

тит мощностей одного, двух и даже трех комбинатов. Мы работаем с многими крупными производствами, практически со всеми крупными в европейской части РФ. В этом году стали использовать и возможности не самых больших. Работаем, например, с рыбинским «Домом печати». То есть дело дошло и до районных типографий.

В сложившейся ситуации даже самые лояльные предприятия подчас вели себя не совсем адекватно. Конечно, ссориться никто не хотел, тем не ме

Возникла новая экономическая ситуация. Производство черно-белой книги для многих типографий было малорентабельным делом, поэтому накопленную прибыль вкладывали в цветную печать, где рентабельность до недавнего времени была заметно выше

нее, эта осень была для издателей очень сложной. Реально. Кстати, только часть руководителей полиграфических предприятий отдают себе отчет в том, что эта ситуация долго не продлится. А есть те, которые уже мечтательно потирают руки.

ГАРТ: И единственным выходом из такой ситуации для издательств являются инвестиции в производство?

А. К.: Есть два варианта развития событий. Либо типографии будут сегодня вкладывать деньги в развитие производства, либо издатели (во всяком случае, самые дальновидные из них) будут пытаться решать свои проблемы самостоятельно. Есть еще вариант привлечения внешних инвесторов, но он пока не работает.

Отдельные книжные типографии уже начали делать инвестиции в оборудование.

ГАРТ: А еще два года назад в развитие производства черно-белой книги никто деньги вкладывать не собирался...

А. К.: Да, возникла вот такая новая экономическая ситуация. Производство черно-белой книги для многих типографий было малорентабельным делом, а то и вообще нерентабельным, только бы хватало на зарплату. И поэтому мало-мальски накопленную прибыль вкладывали в цветную печать, где рентабельность до недавнего времени была заметно выше.

К тому же, в сегменте черно-белой книжной печати наблюдался серьезный избыток мощностей из «прошлой жизни». Так начался процесс вымывания избыточных мощностей из черно-белой печати и увеличение мощностей в цветной книжной, при неизменности площадей типографий. Это обязательно должно было привести к дефициту. По мере нарастания дефицита, крупные книжные издательства пришли к пониманию, что это явление начинает влиять на доступность черно-белой печати для издателя. При большой перегрузке типографии удобнее работать со средними и мелкими профессиональными клиентами, так как маржа на этих заказах более заметна. И выход у крупных издателей напрашивается сам собой — создавать свое производство. Это уже вопрос стратегический.

ГАРТ: Александр, а что Вы можете сказать по поводу проекта группы «Аттикус Пабблишинг»? Он ведь похож именно на инвестиционный.

А. К.: Да, это инвестиционный проект. Нам приходилось наблюдать подобное и раньше, только вот результаты не всегда были положительными. Можно привести сотню аргументов, почему этого делать не надо. Но для нас интересно было бы, чтобы этот проект стал успешным. Ведь на сегодня полиграфическая отрасль является малопривлекательной для крупных инвесторов, и успешная реализация такого большого проекта продемонстрирует всем, что это не так. Мы — за появление такого крупного игрока, в случае успешной реализации, этот проект может быть своеобразным примером для подражания. Хотя есть, конечно, нюансы, связанные, например, с кадрами.

ГАРТ: Ну да, ведь Тверь — город не большой, а это будет уже третье крупное книжное производство, расположенное там.

А. К.: Именно. А где они будут искать людей?

Я могу сказать, что идея строительства книжного комбината не нова. Такие города, как Калуга, Тверь и Тула,

еще два года назад могли бы быть естественным выбором для организации нового производства. Но сегодня они сильно изменились. Теперь там дефицит площадей, электричества, людей и очень высокие зарплаты. Цены еще не московские, но уже начинают приближаться.

ГАРТ: Кстати, «Эксмо» тоже задумывалось о строительстве нового производства?

А. К.: Конечно.

ГАРТ: А как дела на тверском «Полиграфкомбинате»?

А. К.: Все хорошо. На сегодня это крупнейший клиент КБА в Восточной Европе — там установлено пять листовых машин. У нас очень существенная доля российского рынка в другой нише — производстве цветных книг, более четверти. Этот сектор оценивается как очень перспективный, ведь основной рост книжного рынка в денежном выражении приходится именно на цветные книги.

ГАРТ: Но это же дорогие издания. Сколько их у нас печатается?

А. К.: Все больше и больше. Покупатель стал более требовательным. Да, они дороже, но издательства стремятся хоть чем-то отличаться от конкурен-

тов, и добавленная стоимость на цветной книге больше. Средний тираж сегодня — 6,5 тыс. экз. Это говорит о большом объеме дорепечатываемых изданий, а также тестовых тиражей по 3 тыс. экземпляров. Издателям нужно проверять реакцию рынка на очередные новинки.

Для нас цветная книга 60х90/8 — это стандартный продукт с отлаженной технологией. Печатается на Rapida 130, на большом листе, фальцуется. Все получается быстро и эффективно.

ГАРТ: Даже если так, то что, по Вашему мнению, станет результатом этих изменений?

А. К.: В книжной отрасли продолжается кризис. А любой кризис — это расписка площади для роста. То, что происходит сейчас на книжном рынке, демонстрирует хорошие задатки для развития. Для появления новых типографий, машин, технологий, материалов. Для нового оформления книг. Но, в любом случае, изменения на этом рынке мгновенно не происходят.

Сейчас полиграфия находится между двух огней. С одной стороны мощная издательская отрасль, с другой — не менее мощная бумажная промышленность. Ни те, ни другие не заинтере-

сованы в том, чтобы рентабельность типографии была нормальной.

Я не так давно был на встрече российских «бумажников» в Вене. Посмотрел на них, послушал и сделал для себя очень простой вывод: мелованную бумагу в России делать не будут и пошлины на нее не отменят (если не повысят). Бумажники не видят в нас клиентов. Поэтому у меня нет иллюзий. В этой области, если не трогать рекламную полиграфию, перспективы крайне туманны.

Мне пара знакомых рассказывали о том, что с вводом экспортных пошлин на лес бумага подешевеет. Да ни за что! Скорее, повлияет вступление России в ВТО. Тогда уже деваться будет некуда, и цены на импортную бумагу станут разумными. И наша бумага тоже подешевеет. А то пока за совершенно некачественную местную бумагу приходится платить почти столько же, сколько за импортную. Наши производители умело пользуются наличием пошлины на импорт.

ГАРТ: Да и большинство из наших «лесников» уже давно не наши.

А. К.: Правильно, это западные инвесторы. Им дали понять, что нужно строить производства в России. Они заин-

КРАСКИ HUBER

СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ



huber group

Hostmann-Steinberg RUS

125212, Россия, г. Москва,
Головинское шоссе, д.5, стр.6

телефон:
+7 495 **221 6058**
факс:
+7 495 **221 6068**
e-mail:
info@hostmann-steinberg.ru
www.hostmann-steinberg.ru

тересованы в модернизации существующих предприятий и производстве бумаги на экспорт. А оставшиеся еще «наши» предполагают заработать много денег, продав свои активы западным. Скоро уже очередь будет стоять, как на строительство автомобильных производств. Но при этом нашу полиграфию они как перспективный рынок для своей продукции не рассматривают.

ГАРТ: Да, все это как-то грустно...

А. К.: Было бы приятно работать в сильной индустрии. Но наша отрасль — стареющая и, к сожалению, не самостоятельная. Она очень отстает с точки зрения развития инфраструктуры, и создание новой потребует достаточно времени.

Поэтому в ближайшее время нас ждут большие перемены. Приватизация тоже внесет свою лепту в процесс. Сейчас ее несколько притормозили, но к этому вопросу вернутся. Все, что связано с приватизацией — вообще отдельная история. Я бы сказал, что чиновники, которые отвечали за развитие государственных типографий, потеряли много времени. Если бы кризис начался раньше, то ситуация была бы менее болезненной. Возникший рост рынка позволяет пережить кризис легче. Но к тому времени, когда кризис закончится, рост может уже и прекратиться.

А вообще-то, вне зависимости от формы собственности полиграфического предприятия, его успех на рынке полностью зависит от того, кто им руководит. Уже давно не стоит пренебрежительно относиться «государственным» предприятиям. Есть те, которые приобретают новое оборудование и загружают его на полную мощность.

ГАРТ: Александр, но Вы ведь хорошо помните, как развивался рынок печати журналов. Сначала «Алмаз» был один, потом появились «Пушкинская Площадь», «МДМ-печать». Непрерывно шли разговоры о том, что надо печатать все здесь, а в результате никакой революции не произошло.

А. К.: Правильно. Просто потому что упомянутые компании находятся между тех же двух огней. Никто не говорил о том, что издатели придут и начнут размещать заказы по цене, которая устроит типографии. Им еще хуже, ведь вся бумага импортная и, чтобы получить освобождение от таможенной пошлины на партию бумаги, надо потратить очень много времени и сил. При этом типографии приходится вкладывать деньги.

В таких условиях работать тяжело. Приходится отказываться от заказов, и этот неудовлетворенный спрос уходит к зарубежным типографиям. При том, что там дешевле, вопрос доставки и растамаживания готовой продукции у всех издателей вызывает сегодня большие проблемы, и они готовы печататься в России.

Как ни странно, в условиях кризиса каждый, входящий после, имеет больше шансов на успех, поскольку владеет реальной ситуацией и может не повторять ошибок предшественников. Если построить на месте типографии горнолыжную трассу с искусственным покрытием, то в каком случае денег будет получаться больше?

Я, кстати, не исключаю того, что в 2008 г. в журнальной отрасли может произойти что-то вроде «санации».

ГАРТ: Ваши слова наводят на мысль о том, что вы собираетесь приобрести журнальные рулонные машины и расширить возможности «Немецкой фабрики печати».

А. К.: Вы недалеко от истины. У нас есть такие планы. Основой бизнеса любой крупной полиграфической компании является рулонный офсет. Стратегия развития НФП подразумевает развитие этого актива, как предприятия с рулонной печатью.

Сегодня реальный путь развития в полиграфии — укрупнение. Одной компании поднимать рулонный бизнес в России тяжело, мы можем наблюдать это на реальных примерах. Но когда за спиной есть партнер, мощная неконкурирующая структура — это хорошая предпосылка для успеха.

ГАРТ: И в такой ситуации «Эксмо» является как раз надежным партнером?

А. К.: Да, все правильно. Рулонный бизнес будет приносить экономическую прибыль. Возникнет синергетический эффект, существенно вырастет капитализация всего холдинга.

ГАРТ: Почему тогда просто не купить «Алмаз-Пресс», тем более что он как раз выставлен на продажу?

А. К.: Зачем? Как ни странно, в условиях кризиса каждый, входящий после, имеет больше шансов на успех, поскольку владеет реальной ситуацией и может не повторять ошибок предшественников. Сегодня уже понятно, что и ППК, и «Экстра М» надо переносить дальше от МКАД. Если построить на месте типографии горнолыжную трассу с искусственным покрытием, то в каком случае денег будет получаться больше?

ГАРТ: А «Эксмо» не планирует заняться изданием журналов?

А. К.: Этот вопрос не в моей компетенции, но, насколько я знаю, он возникает.

ГАРТ: Александр, так что, есть у полиграфии будущее?

А. К.: Рынок рекламной полиграфии будет жить и развиваться. Если же говорить о книжном секторе, то маленьким типографиям будет сложно выжить и работать с крупными издательствами. Издательству небольшой партнер неудобен. Необходимо, чтобы он имел возможности не только по производству, но и по логистике, а это сотни тонн бумаги. В полиграфии уже сейчас достаточно предприятий, которые чувствуют себя не очень хорошо.

ГАРТ: Но они уже многие годы чувствуют себя так. И ничего, живы.

А. К.: Да, но если раньше типографии еще можно было найти новую нишу на рынке, переориентироваться и начать стабильно работать, то сегодня куда ни сунешься — уже все занято. Так что, боюсь, вам тоже придется подумать о смене отрасли, потому что в этой скоро не о чем будет писать. (Смеется).

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВСЕ
АРХИВ**
ГАРТ
www.gart.ru

СИМВОЛ УДАЧИ

福

У Д А Ч А

ПОЕТ ТЕТИВА
СЕРДЦЕ ЛЕТИТ ЗА СТРЕЛОЙ
ЗДРАВСТВУЙ, УДАЧА

FFEI LUXEL V8 HS

Самое высокоскоростное устройство СТР с оптической системой High Speed и быстрой автоматической загрузкой-выгрузкой. Оптимально для применения в типографиях, выпускающих смешанную продукцию, включая высококачественную коммерческую, книжно-журнальную и газетную



www.yam.ru

FUJIFILM

Японская корпорация, мировой лидер в разработке технологий, производстве оборудования и расходных материалов для полиграфической промышленности



YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
E-mail: info@yam.ru

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (327) 267 3203



Юрий
ЗАХАРЖЕВСКИЙ

Послепечатные процессы. То, что после печати. Если задуматься — двусмысленное словосочетание. Его можно толковать не только как «операции, производимые в типографии с запечатанным материалом», но и как «то, что заменит со временем, саму печать». Мы поговорим о втором значении, которое, к сожалению, не лишено смысла.

Вот, например, в «Крокус-Экспо» непосредственно после «Полиграфинтера» проходила выставка «Инфо-

Ком». Символично, мне кажется. Впрочем, и перед «Полиграфинтером» там

«Послепечатные процессы» можно толковать не только как «операции, производимые с запечатанным материалом», но и как «то, что заменит, со временем, саму печать»

была выставка GameX'2, тематика которой — компьютерные игры и электронные развлечения. А это — уже тенденция.

«МОНИТОРИНГ»

Показательно, что даже на нашей, полиграфической выставке в качестве основного рекламоносителя выступали мониторы (рис. 1). Они уже стали обычным делом и в аэропортах, магазинах и прочих местах скопления публики. Или вот, например, для размещения меню в витринах кафе и ресторанов (рис. 2): теперь сотрудникам не приходится постоянно заменять бумажки в зависимости от наличия или отсутствия того или иного блюда. Даже на автоматах оплаты услуг связи появляется второй монитор: чтобы показывать рекламу чего-то еще.

Движущееся изображение, постоянно меняющиеся картинки (рис. 3), звуковое сопровождение, реклама различных продуктов и брендов на одной и той же площади — что может противопоставить всему этому полиграфия? Повышение глянца на один процент или увеличение цветового охвата — на два? А видеореклама из РА или офиса рекламодателя практически мгновенно попадает в любую точку страны и мира, где установлены мониторы. И

РИС. 1



РИС. 2



даже цифровая печать не может ничего противопоставить этой скорости.

СЕТЬ

Заметно растет рекламный бизнес в Интернете. Неудивительно: реальный эффект от размещения рекламного баннера в Сети просчитать легко, причем как по количеству показов баннера, так и еще конкретнее — по количеству кликов. Немногим сложнее вычислить число просмотров аудитории рекламного ролика на телевидении.



РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ

В начале октября японская компания Mitsubishi Electric представила вниманию посетителей токийской выставки CEATEC Japan 2007 гигантский светодиодный (LED) дисплей с диагональю 140 дюймов, получивший имя Resolia. Размер изображения — 3072x1792 мм. Габариты составляют 3550x1872 мм при толщине 150 мм, вес Resolia — 380 кг. Потребляемая мощность может достигать 4,8 кВт. Стоит такое удовольствие около 385 тыс. долл. По оценкам специалистов, потребность рынка больших экранов в подобных устройствах составляет около 200 шт. в год.

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ПРОДАЖА • СЕРВИС



HEIDELBERG



TECHKON



InitPress

(495)604-42-53, 988-27-30

www.initpress.ru

info@initpress.ru

РИС. 3



А вот как учесть количество каталогов, которые некогда не были никем прочитаны? Или рассчитать эффект от рекламы в журналах и газетах? Особенно если вспомнить, как эфемерны сведения о тиражах отечественных газет и журналов (не зря главред ГАРТ регулярно сравнивает попытки «посчитать» полиграфическую промышленность России с предсказанием перемещения айсбергов ;). Но теперь у

рекламодателя есть выбор, и полиграфия в битве с новыми средствами рекламы занимает, к сожалению, оборонительную позицию. Если удастся отстоять какой-нибудь «плацдарм», это уже воспринимается как победа. До следующей атаки «неприятеля».

МЕСТО НА РЫНКЕ

Вывод из всего этого следует один: на рекламном рын-

ке полиграфистам, судя по всему, тоже придется потесниться, как и на рынке СМИ.

Конечно, мы можем сколь угодно долго рассуждать о том, что рынок большой и место всем найдется. Да, найдется, только вот какое именно? На всяком рынке кто-то торгует в современном комфортном павильоне, а кто-то ютится на старых ящиках у ворот. Разумеется, полиграфия продержится еще долго — в этом я согласен с самыми занятыми оптимистами. Только вот само слово «продержится» особого оптимизма не внушает.

P. S. Не так давно, проходя мимо витрины с DVD-дисками, с удивлением обнаружил на ней несколько книг. Что-то об артистах и фильмах. Обрадовался, конечно: надо же, книги потеснили диски, народ еще что-то читает! Подошел по-

**ВОТ ТЕПЕРЬ
МОЖНО И...
ПООБЩАТЬСЯ!**

Новые форумы
на **www.kursiv.ru**

ГАРТ, digital
КУРСИВ
ПАКЕТ
ФЛЕКСО ПЛЮС
ФОРМАТ
а также: работа, куплю,
продам и пр.

**ЖДЕМ
В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ,
ПОСТАРАЕМСЯ
ВСТРЕТИТЬ
ЛИЧНО!**

ближе, пригляделся... А это «диджипаки» на несколько CD, сделанные в виде книг в твердом переплете. Ну что ж, по крайней мере, на что-то сгодились такие полиграфические операции, как печать обложки и переплет. Да, чуть было не забыл печать картинки на самом диске! Так что готовьтесь, работы хватит всем.

Kodak Решение от компании Kodak позволит Вам достичь нового уровня развития допечатного участка и организации производства при сравнительно небольших инвестициях.

Kodak CtP системы



Magnus 400E

NISSA | CENTRE

«НИССА Центрум»
www.nissa-centre.ru
Москва (495) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 943-2300
Екатеринбург (343) 216-6906
Новосибирск (383) 227-7171
Ростов-на-Дону (863) 255-1248
Киев (38044) 490-3460
Алматы (327) 298-0298

NISSA Thermal Direct Complete – современное решение для малого бизнеса.
Новейший термальный CtP Kodak Magnus 400E | современная система управления рабочими потоками Kodak Prinergy Evo | беспроцессные пластины Kodak Thermal Direct | специальный сервис-пакет | уникальное ценовое предложение | финансовые программы



Хрустальный Марзан 2007

4 декабря в «Президент-Отеле» прошла официальная церемония награждения победителей полиграфического конкурса «Хрустальный Марзан», который проводится издательством «Курсив» с 1998 г.

НОВОВВЕДЕНИЯ

Как мы уже писали в предыдущем номере, 2007 г. в истории «Марзана» интересен тем, что в процедуре судейства появилось несколько нововведений. Первое, и главное из них — то, что все номинации конкурса судило Жюри Профессионалов, в состав которого вошли руководители ведущих российских типографий.

Состав жюри 2007 г.:

Аппалонов Михаил	«Линия График!»
Веселовский Алексей	24print
Власов Сергей	«Алмаз-Пресс»
Зарецкий Андрей	«Август Борг»
Захаржевский Юрий	«Граффити»
Земляных Владимир	Viva-Star
Лаврик Дмитрий	«Альфа-Дизайн»
Нетисов Александр	«Пушкинская Площадь»
Погребенко Лидия	«Триада Лтд.»
Посудин Михаил	СПОТ
Слепов Александр	«Колев»
Снитенко Максим	«Локус-Станди»
Тарубаров Сергей	Pol.S.Tar
Тенцер Михаил	«Борус»

Второе отличие конкурса заключается в том, что дипломы больше не присуждаются, и «вторых мест» в номинациях не предусмотрено.

Ну, и третье: исключены номинации, имеющие отношение к гибкой упаковке и флексографии, поскольку в перспективе планируется проведение

отдельного конкурса соответствующей тематики.

Надо отметить, что в ходе конкурса также возникла необходимость разделения нескольких номинаций на две части, поскольку невозможно сравнивать продукты, предназначенные для совсем разных задач.

Еще одним непростым вопросом стали случаи, когда один и тот же продукт заявлен несколькими компаниями. Жюри решило, что в случае победы награды должны получить все фирмы, представившие заявки.

Кроме того, возникла необходимость наградить продукты отдельных специализированных приложений, под которые ни одна готовая номинация не подходит.

ИТОГИ КОНКУРСА

Номинация: «Новая торговая марка в России».

Победитель: Универсальные узкоролонные офсетные и комбинированные печатные машины Rotatek.

Представлено компанией «Терра Принт».

Номинация: «Лучшее оборудование для цифровой печати» (разделена на две).

Часть 1: «Лучшее оборудование для промышленной (полиграфической) цифровой печати».

Победитель: HP Indigo press 5500.

Представлено компаниями Hewlett-Packard и «Нисса Центрм».

Победитель: Kodak NexPress 2500 Plus.

Представлено компанией Amos.



Часть 2: «Лучшее оборудование для оказания услуг цифровой печати»

Победитель: Книжный сканер Kirtas ART 1200, ЦПМ Xerox Nuvera 288, ПО Xerox DocuShare.

Представлено компанией «Ксерокс СНГ».

Номинация: «Новая технология в России».

Победитель: Anicolor.

Представлено компанией «Гейдельберг СНГ».

Есть вариант

УЗКОРУЛОННАЯ ФЛЕКСОГРАФСКАЯ ПЕЧАТНАЯ МАШИНА MARK ANDY XP5000

Андрей Павлов

Генеральный директор
компании «ВАРИАНТ»



СЕРВОПРИВОДНАЯ ПЛАТФОРМА БУДУЩЕГО

- высокая производительность: 225 м/мин
- сохранение всех параметров печати в цифровом виде и их воспроизведение при повторных тиражах
- цифровая диагностика работы машины
- высококачественная печать широкого спектра материалов
- быстрый выход на тираж
- печать с минимальными отходами



Power of Servo – цифровое управление процессом печати, использующее эксклюзивный алгоритм работы, запатентованный Mark Andy.

Вариант «Все включено»

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| ■ Технический консалтинг | ■ Установка оборудования |
| ■ Расчет окупаемости | ■ Сервисное обслуживание |
| ■ Финансовое обеспечение | ■ Модернизация производства |
| ■ Юридическая поддержка | ■ Обучение персонала |



Представительства холдинга:
Санкт-Петербург (812) 328 0248
Ростов-на-Дону (863) 252 6704

Екатеринбург
Новосибирск
Хабаровск

(343) 371 5140
(383) 212 0014
(4212) 43 9194

Минск
Алматы
Киев

+375 (17) 294 4912
+7 (3272) 49 2159
+380 (44) 272 2619

Звоните: +7 (495) 339 00 33 • 424 47 55 Пишите: info@variant.ru
Приезжайте: Новоясеневский пр-т, дом 6



Номинация: «Лучшее оборудование для печати наружной рекламы».
Победитель: Agfa :Anapurna XL2.
Представлено компаниями Agfa и «Терем».

Номинация: «Лучшее оборудование для широкоформатной струйной печати».
Победитель: Epson Stylus Pro.
Представлено компанией Epson.

Номинация: «Лучший программный продукт для полиграфии» (разделена на две).

Часть 1: «Системы WorkFlow и системы автоматизации производства».
Победитель: FujiFilm Cross Media XMF.
Представлено компанией «ЯМ Интернешнл».

Часть 2: «Прочие программные продукты».
Победитель: Esko-Artwork.
Представлено компаниями VIP Systems и «Легион».

Номинация: «Лучшее оборудование для изготовления картонной упаковки».
Победитель: Fidia Combi-Unica.
Представлено компаниями ECS Print и «МТ-Инвест».

Номинация: «Лучшее измерительное оборудование».
Победитель: System Brunner на печатной машине MAN Roland HiPrint 706 LV.
Представлено компанией ECS Print.

Номинация: «Лучшее допечатное оборудование».
Победитель: Agfa :Accento II S с пластинами Azura.
Представлено компаниями Agfa, «Терем», VIP Systems.

Номинация: «Лучшее печатное оборудование» (разделена на две).

Часть 1: «Листовая печатная машина».
Победитель: Komori Lithrone S29.
Представлено компанией «ЯМ Интернешнл».
Часть 2: «Рулонная газетная печатная машина».
Победитель: Manugraph HiLine.
Представлено компанией «Внеш-малтиграф».

Номинация: «Лучшее пооперационное послепечатное оборудование».
Победитель: Wohlenberg Quickbinder.
Представлено компанией «Нисса Центрум».

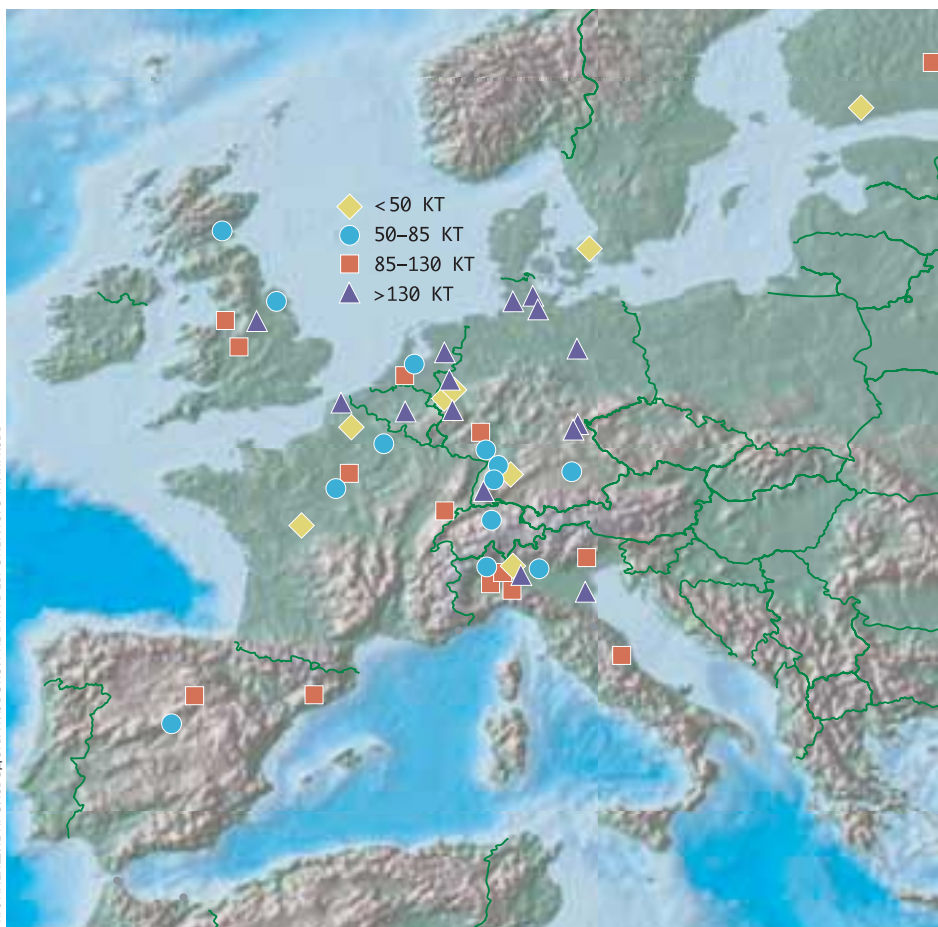
Номинация: «Лучшее промышленное послепечатное оборудование» (разделена на две).

Часть 1: «Вкладочно-швейно-резальные агрегаты».
Победитель: Muller Martini Bravo Plus.
Представлено компанией Muller Martini.

Часть 2: «Линии бесшвейного скрепления».
Победитель: Sigloch KB 4310.
Представлено компанией Sigloch.

Номинация: «Хорошая вещь».
Победитель: KBA Rapida 105 (модель 105-11-SW5+L ALV2 CX).
Представлено компанией KBA.

Издательство «Курсив» выражает благодарность членам Жюри Профессионалов и компаниям, принявшим участие в конкурсе.



Силы и средства

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ

О килотоннах и открытиях

КИЛО — начальная часть сложных слов, вносящая значение: тысяча (килограмм, километр, киловатт и т. п.)

(Орфографический словарь)

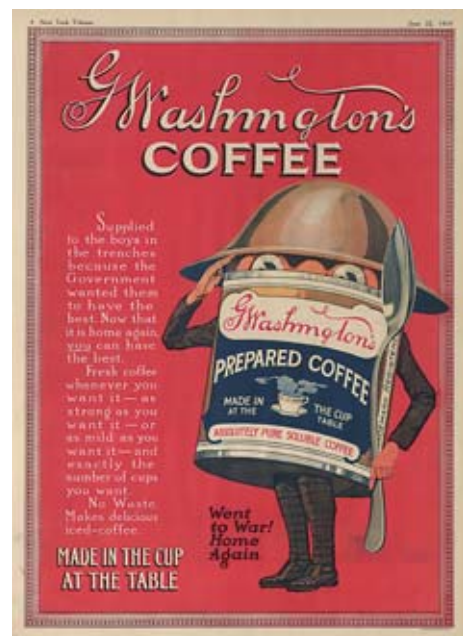
Русский язык — достаточно сложная штука. Километр означает безобидную тысячу метров, а килотонна — это уже энергия, выделяющаяся при детонации тринитротолуола. Обычно эта единица измерения употребляется в качестве меры возможных разрушений при взрыве ядерного заряда. Но это в русском языке. А на Западе в килотоннах потребления бумаги в год измеряется производственная мощность крупных рулонных типографий. Именно о них и пойдет дальше разговор.

Нам удалось найти на «информационных просторах» пару-тройку интересных документов, которым можно верить — в отличие от обычных «мар-

кетинговых» исследований они содержат сравнительно актуальную информацию. Но сначала небольшая предыстория.

ДОЛГИЙ ПУТЬ ИЗ ПОДНЕБЕСНОЙ

Глубокая печать появилась в Китае, и дату ее изобретения историки относят ко второму веку н. э. Несмотря на некоторую «специфичность», китайский способ все-таки являлся репродуцированием. В Англии первые промышленные машины ротационной глубокой печати появились только в конце XIX века и постепенно завоевали широкую популярность у издателей газет и журналов. По сравнению с высоким способом — единственной в то время альтернативой — глубокая печать обеспечивала существенно более высокое качество и возможность использования цвета даже на недорогой газетной бумаге. Сначала отдельные тетради, а затем и газеты полностью стали печататься глубоким способом. Пионером этого нововведения выступила New York Times в 1912 г. Издатели быстро оценили возможности расширения читательской аудитории и привлечения новых рекламодателей. Можно сказать, что эти изменения в полиграфии и повлекли за собой развитие рекламной отрасли.



Первые агентства появились как раз в 90-х годах XIX века. Но стоимость оборудования и производства цилиндров была достаточно высокой, поэтому позволить себе роскошь печататься глубоким способом могли далеко не все издатели.

Прошло более ста лет, и из газетного производства глубокая печать была полностью вытеснена офсетом. А вот в производстве журналов эти два способа продолжают конкурировать и сегодня. Есть еще один рынок, на котором глубокая печать является весьма конкурентоспособной — производство гибкой и картонной упаковки. Но мы сегодня не о ней.

ГЛУБОКАЯ ИЛИ ОФСЕТ?

В Европе инфраструктура глубокой печати за сто лет существенно изменилась. Основные игроки владеют сетями предприятий, которые могут использовать как глубокую, так и офсетную печать.

Исторически все начиналось с типографий, рядом с которыми возникали издательства. Потом издательский бизнес поглощал существующие или строил новые типографии.

Теперь основные европейские килотонны размещаются в соответствии с картой (обозначены 50 крупнейших). Она почему-то вызывает ассоциации с картой военных действий времен Первой Мировой, наблюдается даже линия фронта. Сегодня идет оптимизация производства, объединения и слияния. В результате остаются наиболее эффективные и расположенные близко к центрам логистики предприятия. При таком небольшом числе игроков логистика, кстати, имеет большое значение,

ведь одним из основных приложений глубокой печати является производство еженедельных изданий в сжатые сроки.

Где же та ниша, в которой сталкиваются сегодня глубокая и офсет? На Западе это печать многотиражных цветных журналов, вкладок и каталогов. В Европе под словом «многотиражный» понимается 200 тыс. экз. и более.

Основных преимуществ глубокой печати несколько. Производительность, практическая безотходность и

Основных преимуществ глубокой печати несколько. Производительность, практическая безотходность и возможность использования менее дорогих сортов бумаги, еще и меньшей плотности. Но вечных двигателей не бывает

возможность использования менее дорогих сортов бумаги, еще и меньшей плотности. Но вечных двигателей не бывает. Офсетные журнальные рулонные машины менее дороги, нет толуола и вредных выбросов, да и допечатные процессы существенно проще. Что касается производительности рулонных печатных машин, то цифры в килотонах говорят сами за себя. Обычно в современной типографии глубокой печати установлено несколько машин шириной 2,5 и 3,5–4,3 м.

Европейские специалисты считают, что печатать офсетом журналы тиражом 400–450 тыс. экз. можно, если их объем не превышает 64 полосы. Конечно, все зависит еще и от таких дополнительных факторов, как формат, наличие региональных версий и банальное отсутствие мощностей по глубокой печати. Тем не менее, данные опроса дают повод задуматься. В качестве примера отдельного рынка приводится английский. Там издатели печатают офсетом многотиражные журналы просто по привычке. Мощности глубокой на острове были еще несколько лет назад недостаточными.



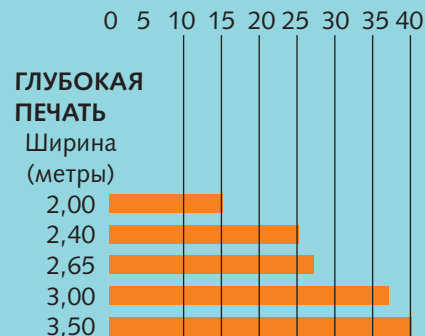
МАШИНЫ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ. ФОТО: КБА

А в России, например, и толстые гляцевые журналы с декларированным тиражом более 500 тыс. экз. печатались и печатаются на не самых больших рулонных офсетных машинах. Правда, когда тираж лидера рынка больше миллиона, то он делится между нашей и польской (в смысле, американской RR Donnelly) офсетными типографиями. Прямой конкурент лидера при тираже 500 тыс. печатается в Германии глубоким способом.

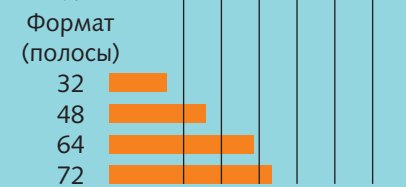
В Европе на сегодня, по оценкам участников рынка, избыточные мощности глубокой печати составляют 10–15%, по офсетной 15–20. Тем не менее, типографии расширяют парк оборудования, приобретая новые, более современные, производительные и автоматизированные рулонные печатные машины.

Кроме журналов есть еще рынок каталогов, основным отличием которого можно считать отсутствие «гонки», обычной при производстве периодики. Да, и еще одна деталь: не требуется вклейка сашеток и вкладышей, что существенно упрощает послепечатную обработку. Но есть и своя специфика — это очень большие объемы и тиражи.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ РУЛОННЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН (Килотонны бумаги/год)

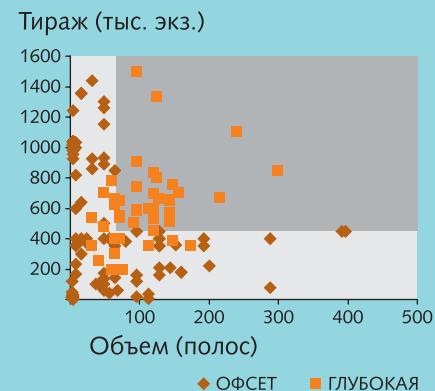


ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ



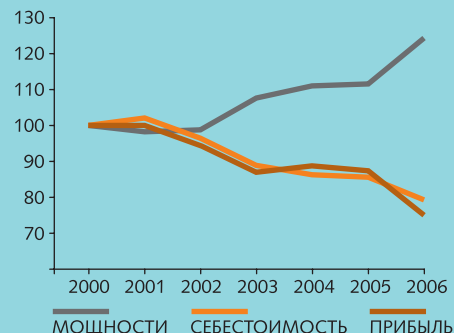
ИСТОЧНИК: ЕС EUROPA EU

ТИРАЖИ И ОБЪЕМЫ, ХАРАКТЕРНЫЕ ДЛЯ ЗАКАЗОВ НА РУЛОННУЮ ПЕЧАТЬ В ЕВРОПЕ



ИСТОЧНИК: ЕС EUROPA EU

ИЗМЕНЕНИЯ В СЕКТОРЕ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ В ЕВРОПЕ (%)



ИСТОЧНИК: RSD8

ЗАКАЗЧИКИ ГОВОРЯТ

Олег Раков, директор типографии
«Стиль-К» (Ростов-на-Дону):

Наша продукция предполагает высокие требования к качеству резки, и в этом смысле Schneider Senator "пришёлся ко двору". И что ещё немаловажно, очень доволен резчик: машина максимально приспособлена к долгой, безаварийной и высокоточной резке.

SCHNEIDER SENATOR

E-Line 185&260: ЛУЧШИЕ РЕЗАЛЬНЫЕ МАШИНЫ В СВЕРХБОЛЬШОМ ФОРМАТЕ



Опыт: Schneider Senator более 40 лет выпускает резальные линии формата XXL

Возможности: стопы формата до 1550 x 2050 мм могут поворачиваться непосредственно на заднем столе машины

Производительность: полностью автоматическая загрузка, автоматическое удаление обрезков, полностью автоматическая четырехсторонняя подрезка, автоматическая разгрузка

Качество: наивысшая точность реза

Управление: совместимость с CIP-4, оптимизация реза, возможность программной коррекции, сенсорный дисплей, цифровая регулировка давления прижима

НАШИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА:

Москва	(495) 737 6270	Новосибирск	(383) 212 0014
С. Петербург	(812) 328 0248	Хабаровск	(4212) 43 9194
Ростов-на-Дону	(863) 252 6704	Минск	+ 375 (17) 294 4912
Екатеринбург	(343) 371 5140	Алматы	+7 (3272) 49 2159
		Киев	+ 380 (440) 272 2619

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

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР

HGS

Мы делаем полиграфию успешной!



Компания HGS



PART TWO Treasure island

И попугай начинал с невероятной быстротой повторять:

— Пиастры! Пиастры! Пиастры!

И повторял до тех пор, пока не выбивался из сил или пока Сильвер не закрывал клетку платком.

(Р. Л. Стивенсон,
«Остров сокровищ»)

Когда есть карта острова сокровищ, то кто же не захочет ею воспользоваться и добыть этих самых дублонов, луидоров и гиней. Пиастры, кстати, в оригинале книги Стивенсона не упоминаются. Попугай, оказывается, кричал про совсем другие деньги — серебряные испанские монеты достоинством в восемь реалов (pieces of eight). Сегодня, конечно, такие деньги не в ходу, поэтому современные искатели сокровищ предпочитают английские фунты.

Первыми о сокровищах острова узнали англичане. Они и постарались этими знаниями воспользоваться.

Новейшая история началась в 1998 г., когда под управлением одного инвестиционного фонда из Бахрейна были объединены две английские типографии. Фактически был создан крупнейший игрок на английском рынке глубокой и офсетной

печати — компания Polestar. По наследству ей достались еще и предприятия на континенте: в Испании и Венгрии. Но ситуация на рынке складывалась далеко не самая простая, и конкурировать приходилось не только, да и не столько с островными, сколько с континентальными типографиями. В результате это практически привело к банкротству компании в 2006 г.

Сокровища найти не удалось, инвесторы в результате реструктуризации долговых обязательств потеряли сотни миллионов фунтов. Дорогая получилась экспедиция. Интересно, что Polestar продолжает работать (вот у них законодательство!) и открыл в Англии новую, самую современную типографию глубокой печати. Тем не менее, финансовое состояние компании продолжает оставаться не самым лучшим. А информация о том, что на острове остается большой дефицит мощностей по глубокой печати, будоражила умы континентальных игроков рынка.

Мы уже упоминали о том, что типографии часто входят в состав крупнейших издательских холдингов. Но в какой-то момент становится понятно, что либо надо делать производство независимым, чтобы оно могло самостоятельно развиваться и на коммерческих условиях оказывать услуги как самому издательству, так и сторонним клиентам, либо оставить типографии в структуре и держать их «на коротком поводке», позволяя иногда неспешно попечатать чужие каталоги — ни в коем случае не в ущерб основным заказам издательства.

ТИХИЙ СГОВОР

Где-то в 2004 г. два крупных немецких игрока издательско-полиграфического рынка — Bertelsmann и Springer — решили объединить и выделить в отдельную компанию свои производст-

ва глубокой печати на территории Германии. В объединение должно было войти и производство глубокой печати, которое Bertelsmann предполагал открыть в Англии. Поделили доли между участниками, все согласовали и подали документы для получения разрешения в комиссию ЕС. Но разрешение

Комиссия разрешила объединение. Заодно участникам разрешили включить в создаваемую компанию еще и одного из крупнейших европейских поставщиков бумаги — компанию Euro-Papier, которую Bertelsmann успел приобрести

сразу получить не удалось. В конце декабря комиссия решила разобраться: не получится ли из объединенной компании монополист на немецком рынке. Разбирались с полгода. В результате и получился очень интересный документ, обосновывающий, почему монополии

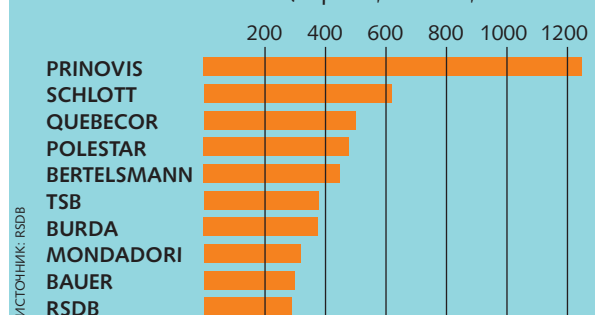


не получится. На 44 страницах описываются даже основы формных процессов и доказываются, что офсетная печать является конкурентом глубокой. И если пока зарубежные типографии на немецком рынке практически не работают, то они могут начать это делать. Под давлением таких аргументов комиссия в мае 2005 г. разрешила объединение. Заодно участникам разрешили включить в создаваемую компанию еще и одного из крупнейших европейских поставщиков бумаги — компанию Euro-Papier, которую Bertelsmann успел приобрести, пока комиссия проводила свои исследования.

НОВАЯ ЭКСПЕДИЦИЯ

Основной замысел немецких издателей стал ясен несколько позже. В течение двух лет Prinovis (такое на-

МОЩНОСТИ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ (Европа, 2007 г., килотонны)



звание получила объединенная компания) создал крупнейшее и самое современное производство глубокой печати в Англии (одна машина с шириной 2,75 м и три 4,3 м), а также существенно увеличил мощности в Германии.

На самом деле, сокровища сами шли в руки, ведь немецкие издательства имеют и английские подразделения, которым тоже нужно печатать журналы. Теперь понятно, где именно: в Ливерпуле.

Все довольны, кроме англичан. Представители Polstar продолжают скоро уже десятилетние рассказы о трудностях рынка. Представители профсоюзов уже высказывают свои претензии Prinovis. Работодатели не хотят вести переговоры по поводу условий работы на этом предприятии (а ведь там работает 400 островитян). А еще Prinovis зарезервировал соседний участок земли на случай, если потребуются расширение производства. Вот так, «Пиастры, пиастры!»



ВОЕННЫЙ «ГОЛЛАНДЕЦ»

DEEL DRIE Черная метка

— Джентльмены удачи, — ответил повар, — редко доверяют друг другу. И правильно делают. Но меня провести нелегко.

(«Остров сокровищ»)

В Нидерландах тоже много потомков флибустьеров. Некоторые из них занимаются глубокой печатью, и в определенный момент 2007 г. им стало ясно, что кто-то кого-то дурит. Находящаяся на

ЭТА СТРАННАЯ СТРАНА

Не самое лучшее отношение главного редактора к туманному Альбиону уже неоднократно просачивалось на страницы ГАРТ. Остается загадкой, как в этой стране ухитряются делать такую прикольную программу, как Top Gear. Все остальное — давно понятно.

Кстати, у нас сегодня какое-то очень грустное глубокое повествование. Пора разбавлять. Вот более или менее свежий случай, о котором многие, наверное, уже слышали. По крайней мере, по англоязычному интернету он распространился мгновенно, не хуже активного вируса.

В начале декабря одна английская компания, занимающаяся лотереями,

придумала новую — под названием Cool Cash. Билет со стираемыми полями оформлен с использованием новогодних мотивов. Покупатель билета должен был стереть защитный слой с полей, чтобы увидеть числа, означавшие температуру. Их необходимо было сравнить, и если контрольное число больше, то покупатель выигрывал деньги. Если меньше — нет. Так вот, через три дня организаторам пришлось изъять все эти лотерейные билеты из продажи. Слишком много покупателей звонили организаторам и настаивали на том, что в их билетах ошибка, и они выиграли. Оказалось, многие англичане не знают о том, что —6 больше, чем —8.

самые нефигтивные мероприятия



объединенная
рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$450*

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

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



GARТ DIRECT

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

Телефон/факс:
(495) 725 6001

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

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$150.
СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

** ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м².
ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ

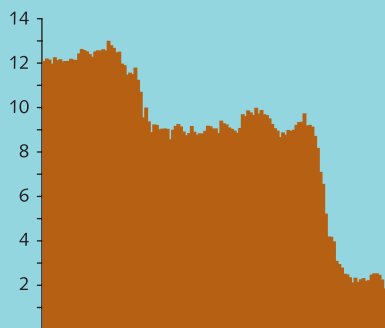
десятом (по собственным же оценкам) месте в рейтинге европейских глубоких печатников голландская компания RSDB решила изменить сложившуюся ситуацию. Если у немцев все так хорошо получилось, то почему не должно получиться у них?

В результате голландцы договорились с канадской Quebecor World — третьим по глубоким и вторым по сумме офсетных и глубоких мощностей игроком на европейском рынке. Договоренность была достаточно сложной, деньгами канадцам выплачивалась совсем небольшая сумма (150 млн евро). Кроме того, Quebecor получал 29,9% акций объединенной компании.

Исполнительные власти компаний обо всем договорились, теперь необходимо было пройти процедуру утверждения сделки на собрании акционеров RSDB. К этому мероприятию был подготовлен полный пакет документов, включая новую структуру управления объединенной компании, предполагаемый оборот и радужные перспективы. Кто-то, видимо, уже заказал себе визитки с новой должностью, но собрание акционеров сделку не утвердило.

Мы рассказывали в предыдущем номере о «плохом» поведении канадского доллара и проблемах компаний. Большой канадский Quebecor попал сразу под два пресса: тяжелая ситуация на родном рынке наложилась на проблемы европейского. Стоимость акции компании на канадской бирже резко упала, ходят разные слухи... Банкротство? Возможно, но кто тогда, интересно, будет печатать «7Дней»? Как же без них?

ПАДЕНИЕ СТОИМОСТИ АКЦИЙ QUEBECOR WORLD INC В ИЮНЕ-ДЕКАБРЕ 2007 г. (Канадские доллары)



ВОТ БИЗНЕС!

Вместе с пакетом документов по слиянию RSDB и европейского подразделения Quebecor к нам попал интересный документ. (Секретный, тсс...) Один из крупнейших европейских банков дал свое заключение по поводу цены сделки. На первых двух листах приведен подробный перечень изученных банком документов, на третьем объяснено, что банк никогда не будет нести никакой ответственности за все это. В последнем предложении наконец-то сказано, что условия сделки — честные для акционеров RSDB.

Видимо, голландцам пришлось раскошелиться на такое заключение, но деньги обратно теперь уже никто не вернет ;-)



ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ Back in USSR

Остальная часть клада — серебро в слитках и оружие — все еще лежит там, где ее зарыл покойный Флинт.

(«Остров сокровищ»)

В России общее потребление журнальной продукции, отпечатанной глубоким способом, составляет несколько десятков миллионов в год. Можно предположить, что 30–40. Сокровища искать бесполезно. На нас работает Финляндия (Quebecor), Словакия (Burda), Германия (Prinovis) и другие зарубежные производства. В России все машины глубокой печати (ну, за исключением одной-двух), доставшиеся в наследство от СССР, были сданы в металлолом. На местах огромных цехов созданы офисные центры.

По сведениям информированного источника, проект глубокой печати в типографии «Медиа-Пресса» заморожен. Продолжения его не предполагается.

**Поздравляем
с наступающим
Новым годом и
Рождеством Христовым!**

*Желаем благополучия,
стабильности и процветания,*

ЛИТЭК
РЫБИНСКИЙ ЗАВОД ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАШИН
ООО «ЛИТЭК»
152900, Ярославская обл., г. Рыбинск, ул. Луговая, 7
Тел/факс: (4855) 26-45-47, 26-77-22 www.litex.biz

От изобретателя печатной машины



Новые идеи для профессионалов печати

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

ООО «КБА РУС»: 119313 Москва, Ленинский проспект, 95а
тел.: (495) 782-13-77, факс: 937-52-45
e-mail: kba@kba-print.ru Internet: www.kba-print.ru

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:

тел./факс: (812) 764-45-00, 575-74-26, e-mail: spb@kba-print.ru

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

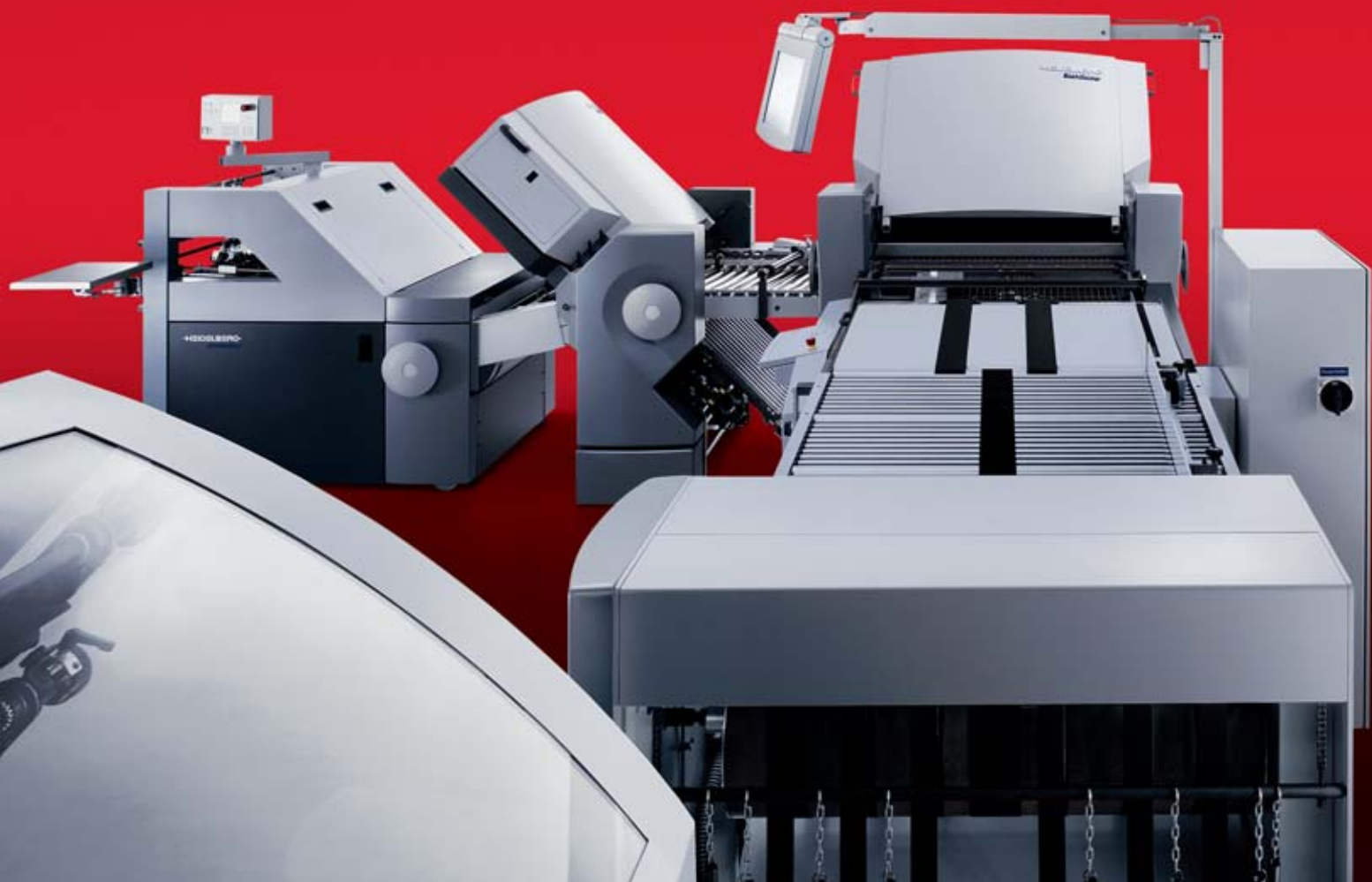
Представительство в Южном Федеральном округе: 8-919-971-59-99,
e-mail: yutisheva@kba-print.ru



KBA

Koenig & Bauer AG

HEI TECH



Есть только одна компания, которая уже более 150 лет прочно ассоциируется с самыми высокими требованиями в полиграфии: Heidelberg.
Фальцевальная машина Stahlfolder TH/KN – один из ярких примеров нашего технологического лидерства. www.heidelberg.ru

ООО «Гейдельберг-СНГ» Центральный офис
127550 Москва, ул. Прянишникова, 2А. Тел.: +7 495 775 80 20 Факс: +7 495 775 80 22
E-mail: HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru

HEIDELBERG