

PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Prinect – единая система

Товарный знак Prinect объединяет все продукты Heidelberg по предустановке и регулировке цвета, контролю приводки

управления обменом данными

и качества печати. Prinect состоит из модулей, которые могут комбинироваться в зависимости от потребностей заказчика.

в типографии

Система Prinect позволяет многим процессам, которые становятся все более сложными и изысканными, выполняться

параллельно, а не последовательно, как это происходило ранее. Это во много раз экономит время, сохраняя стабильное

качество и гарантируя высокую производительность.

ООО «Гейдельберг СНГ»
Россия, 127550 Москва, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 742-34-54, факс: (095) 742-34-56
www.ru.heidelberg.com

HEIDELBERG

НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО

GRAPHIC ARTS NEWS

ГАРТ

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 11 | НОЯБРЬ 2001

ВРУЧЕНЫ
ХРУСТАЛЬНЫЕ
МАРЗАНЫ

с. 14



ПОЛИГРАФИЯ СПб

В НОМЕРЕ:

БИЗНЕС И ПРИНЦИП	3
ДОГОВОРЯТСЯ ЛИ СОЮЗ ПОЛИГРАФИСТОВ И «ЛЕНЭКСПО»?	6
ПОЛИГРАФИНТЕР 2001	8
НОВОСТИ	10
ОБРАЗЦОВАЯ В ПИТЕРЕ	12
ХРУСТАЛЬНЫЙ МАРЗАН 2001	14

В Питере должна, наконец, появиться выставка, которая будет проводиться не «из принципа»

А. Романов (с. 3)

Моя цель — создание по-настоящему сильного игрока на российском рынке

Л. Л. Поздеев (с. 4)

Лучше и дешевле предупреждать ошибки, чем исправлять их

М. Н. Яковлев (с. 5)

Типографии готовы братья за работы класса HiFi, надеюсь, что авось получится

А. А. Янбухтин (с. 10)

Я не хочу стать некомпетентным

А. Г. Филатов (с. 13)



Леонид Леонидович ПОЗДНЕВ
Холдинг «Иван Федоров» СПб
Президент



Максим Николаевич ЯКОВЛЕВ
«Полиграфоформление» СПб
Генеральный директор

ГАРТ: Леонид, Вам принадлежит идея выпуска «питерского» номера ГАРТ. Можете ли Вы ответить на самый сложный вопрос: чем отличается полиграфия СПб от московской?

Л. П.: При том, что между Москвой и СПб существует традиционная конкуренция, я бы не сказал, что наши полиграфические предприятия сильно различаются.

Мы все вместе образуем единое пространство по оказанию полиграфических услуг. Просто есть предприятия на самом деле российского масштаба, а есть те, которые работают, в основном, на локальном рынке. Исторически, конечно, главным центром полиграфии была Москва и прилегающие города, но при современных скоростях Питер и Москва представляют собой единый мегаполис.

(Продолжение на с. 4)

ГАРТ: Максим, считается, что Ваше предприятие — одно из крупнейших в России производств упаковки.

М. Я.: На этот счет существуют различные оценки, которые, тем не менее, говорят о том, что и офсетное, и флексографское производства — одни из самых мощных в России. Правда, по западным меркам — мы пока средняя типография.

На сегодняшний день у нас два производства, расположенных на разных территориях: офсетное — на набережной Смоленки и флексографское — на ул. Корпусная. Кроме этого, в состав «Полиграфоформления» входит небольшая бумажно-обойная фабрика. Общая площадь производственных помещений составляет 24,5 тыс. м², а работает в «Полиграфоформлении» 1185 чел.

(Продолжение на с. 5)

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**Адрес редакции:**

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 264 3708**Размещение рекламы:** агентство ААГА**Подписано в печать:** 27.11.2001**Отпечатано в типографии:** «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 2102**Печать офсетная.** Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2001

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция

ответственности не несет

**БИЗНЕС И ПРИНЦИП**

Известно, что самый важный принцип бизнеса заключается в том, что он (бизнес) должен приносить прибыль. Причем прибыль — это не просто прикинутая на пальцах разница между деньгами, которые только предполагается получить, и средствами, которые совершенно точно придется потратить. Чтобы получение прибыли из разряда случайных событий перешло в разряд стабильных, необходима правильно построенная система расчета затрат и ценообразования. Конечно, в бизнесе иногда возникают ситуации, когда что-то надо сделать «из принципа», невзирая на прибыль. Но если поступить так один раз разумно, то делать бизнес «из принципа» глупо.

Все это я говорю к тому, что в Питере должна в конце концов появиться нормальная выставка, которая будет проводиться не «из принципа». Мне пришлось два раза в течение месяца побывать в этом городе, я много беседовал с полиграфистами и утвердился во мнении, что отрасль находится на подъеме — идет техническое перевооружение многих типографий, создаются даже новые производства. Настал подходящий момент для того, чтобы договориться и раз и навсегда решить выставочные проблемы: сколько выставок, какие, где и когда. У питерских полиграфистов есть преимущество: договориться между собой должны лишь Союз полиграфистов и «Ленэкспо». Не надо собирать для этого представителей нескольких десятков организаций. При достижении договоренности, у новой выставки станет в несколько раз больше участников и посетителей. И поставщики с оборудованием придут.

Нужно извиниться перед питерскими типографиями, не попавшими в этот номер. Я знаю, что в городе на Неве много достойных предприятий. Но объем ГАРТ небольшой, надеюсь, что участники номера выбраны из разных секторов и картина получилась достаточно полной. Меня очень сильно интересовало отношение типографий к Со-

юзу полиграфистов, потому что опыт создания такого регионального отраслевого объединения для России уникален. Почти все участники номера — члены Союза, и удивительно то, что главным плюсом этой организации они считают возможность общаться. Были названы разные положительные стороны подобного объединения, но слово «общаться» звучит в каждом интервью.

Вернемся в Москву, где недавно прошел «ПолиграфИнтер». Как обычно, все признали, что он лучше прошлогоднего. Я это мнение разделяю. Но московский выставочный рынок тоже лихорадит. Крупнейший организатор выставок, устроитель знаменитых Drua и Imprinta компания «Мессе Дюссельдорф» намерена провести в Москве в сентябре 2002 г. еще одну полиграфическую выставку — RusPrint.

Есть несколько новостей из жизни издательства. «Курсив» выступил инициатором создания некоммерческой Ассоциации цифровой печати, основной целью которой станет развитие рынка и популяризация технологий цифровой печати. Очень приятно, что нашу инициативу поддержали крупнейшие участники этого рынка.

Вторая новость: с начала будущего года мы начинаем издавать журнал, посвященный цифровым технологиям в полиграфии — «ГАРТ digital». Распространяться он будет бесплатно по базе данных ГАРТ, то есть сразу получит аудиторию из 5 тыс. читателей. Кстати, нам очень помогли ваши ответы на вопросы анкеты о цифровой печати в предыдущем номере ГАРТ. Сейчас полным ходом идет подготовка издания, у него уже есть логотип, ведущий редактор, красивый макет, план выпуска, и еще одно: мы не делаем бизнес «из принципа».

Андрей Романов,
главный редактор

НОВОСТИ

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

РЕГЕНТ-АПТ
ТОРГОВАЯ СИСТЕМА

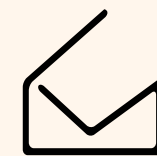
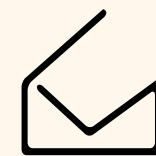
Бумага GPrint
предоставлена фирмой «Регент»

самые нефигтивные мероприятия

объединенные рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ**DIRECT BASIC****\$100***ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ **GART DIRECT**
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ**DIRECT PRO****\$300***ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

специальные рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ**DIRECT EXCLUSIVE****\$0,5***ЗА ОТПРАВКУ ОДНОГО ЛИСТА
А4** ПО ВЫБРАННОМУ ИЗ БАЗЫ
ДАННЫХ АДРЕСУ. ВЫБОРКА
НЕ МЕНЕЕ 600 АДРЕСОВ.
НЕ ВКЛЮЧАЕТ ЦЕНУ КОНВЕРТА**DIRECT VIP****\$1,5***ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ

GART DIRECT

107140, Москва, Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217**Телефон/факс:**
(095) 264 3708
(095) 264 9722**www.kursiv.ru/gart**
E-mail: gart@kursiv.ru

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует более полутора лет. База данных постоянно обновляется и на конец ноября включает 4220 персональных получателей.

* ЦЕНЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ НА ПЕРИОД МАЙ-АВГУСТ 2001 Г. КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100. СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

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

Крупного заказчика полиграфической продукции сегодня не интересуют географическое положение типографии, интересует только соотношение цены и качества продукции.

Москва дает типографиям некоторые преимущества: больше заказов и денег крутится, в среднем выше цены на услуги. Поэтому московские типографии начали техническое перевооружение на несколько лет раньше, чем питерские.

Но, честно говоря, мне сложно судить именно о полиграфии, ведь я многие годы руководил издательством «П-2», и только полтора года назад стал одновременно возглавлять и полиграфический комплекс.

ГАРТ: Расскажите о Вашем издательстве. На чем оно специализируется?

Л. П.: Мы живем и работаем в городе, который является туристическим центром. Поэтому одна из специализаций «П-2» — продукция, ориентированная на туристов: различные путеводители по Петербургу, «Эрмитажу», «Русскому музею» и др. По главным достопримечательностям мы издали путеводители на десяти языках. Хотелось бы отметить альбом «Эрмитаж», который был назван лучшим полноцветным изданием России на Московской международной книжной ярмарке в 2001 г.

«Иван Федоров» всегда специализировался на высокохудожественных альбомах по искусству, правда, сегодня альбомы — это знамя, но они не составляют основной объем производства. Издательство выпускает разнообразную продукцию для того, чтобы загрузить типографию. Возможно, кого-то это удивит, но «Иван Федоров» — крупнейший в России производитель календарной продукции. Кроме того, мы находимся на седьмом месте среди производителей открыток и производим много беловых товаров.

Стремясь расширить свое присутствие на российском рынке, мы развиваем собственную систему распространения. Региональные книготорговцы не хотят приезжать в Питер, поэтому входящая в состав холдинга книготорговая фирма «Медный всадник» в этом году открыла три филиала в разных городах России. Работает, и очень успешно, филиал в Москве.

ГАРТ: Какова доля заказов издательства в загрузке типографии?

Л. П.: На сегодняшний день — около четверти.

ГАРТ: Леонид, по прошествии полутора лет, не жалеете, что связались с полиграфией? Наверное, отремонтировав и сдав в аренду помещения, можно зарабатывать намного больше денег?

Л. П.: Честно говоря, когда встал вопрос о том, нужна ли нашему издательству собственная полиграфическая база, я долго раздумывал, но в конце концов решил, что это необходимо.

Если бы я пришел в этот бизнес без подготовки, то было бы совсем тяжело. Помогло то, что мы десять лет работали в «Иване Федорове», арендовали помещения для издательства и размещали заказы на печать. Тем не менее, я не представлял себе полностью масштаб проблем большого производства.

На данном этапе сдача помещений в аренду могла бы приносить хорошие деньги. Но сегодня не все измеряется деньгами. Моя цель — создание по-настоящему сильного игрока на российском рынке. Им станет холдинг, в составе которого будет большое, занимающее несколько этажей издательство, типография, производящая разнообразную продукцию самого высокого качества, и серьезная служба распространения с головным офисом здесь и филиалами по России. Я считаю, что издание, печать и распространение продукции — три совершенно разных типа бизнеса, и если все три направления в холдинге будут одинаково сильно развиты, мы сумеем занять лидирующие позиции в России.

ГАРТ: Это будет, видимо, уникальный для нашего рынка холдинг. Возвращаясь к типографии: каковы планы по ее развитию? С кем приходится конкурировать?

Л. П.: Если говорить о высокохудожественных альбомах, то конкуренты — это типографии: финские, итальянские, в общем, зарубежные. Из российских — Московская «Первая Образцовая», Ярославский полиграфический комбинат, Калининградский «Янтарный сказ» и другие. Мы достаточно успешно ведем переговоры с издательствами, которые будут вынуждены перевести свои заказы из зарубежных типографий в Россию, ведь в 2002 г., видимо, будут отменены льготы при импорте печатной продукции.

Если говорить о перевооружении типографии, то мы приобрели новую пятикрасочную машину KBA Rapida 102. Но на сегодня никого нельзя удивить наличием хорошей печатной машины. Типографии, чтобы выделиться среди других, нужно уметь делать что-то особое, что конкуренты делать не умеют.

Мы умеем печатать высокохудожественные альбомы, но уже после оптимизации и перевооружения одного нашего производства мы сможем полностью удовлетворить потребности рынка. А в составе холдинга три находящиеся на разных территориях типографии общей площадью около 40 тыс. м². Поэтому я планирую создать три независимых полиграфических производства, работающих в различных секторах рынка.

У меня на самом деле есть личное представление о том, куда надо двигаться и какими должны стать два других наших производства. Но сегодня ситуация такова, что принимать такие серьезные решения, ориентируясь только на собственную интуицию, нельзя. Должны быть найдены объективные доводы. Поэтому мы заказали известной фирме Gallup Media исследование российского рынка полиграфических услуг. Подождем результатов, которые скоро будут готовы. Возможно, программа развития, которая будет принята, станет совершенно неожиданной для коллег-конкурентов по полиграфическому рынку СПб.

АЛЬБОМ «ЭРМИТАЖ» ПЕЧАТАЛСЯ НА ЭТОЙ ПЛАНЕТЕ



«ПОЛИГРАФИНТЕР 2001»: ПЕРЕДАЧА НОВОЙ МАШИНЫ



ПЕРВЫЙ ОТТИСК ПОДПИСЫВАЕТ ПРЕЗИДЕНТ КБА



Офсетное производство занимается упаковкой из картона и сухой этикеткой. Оснащено оно четырьмя современными многокрасочными листовыми офсетными машинами, не считая большого парка многокрасочных машин «Планета».

Второе производство выпускает гибкую упаковку, которая печатается на трех флексографских машинах.

ГАРТ: «Полиграфоформление» имеет сертификат ISO 9002 на систему контроля качества производства. А еще какое-нибудь российское упаковочное предприятие имеет такой сертификат?

М. Я.: Мне о таком предприятии неизвестно.

Сертификация системы контроля качества на соответствие международному стандарту — только одна из составляющих политики предприятия в области качества продукции. Главный принцип заключается в стремлении к совершенству, которому, как известно, нет предела. Мы постоянно повышаем и будем повышать качество продукции за счет освоения новых технологий и оборудования. Но при этом самое большое внимание будет уделяться совершенствованию управления производством и повышению квалификации всех работающих в компании людей.

ГАРТ: Хотелось бы узнать поподробнее о кадровой политике Вашего предприятия.

М. Я.: Этот вопрос один из самых важных на сегодняшний день, ведь работающие на производстве люди должны понимать политику предприятия, прикладывая все усилия для того, чтобы качество нашей продукции было самым высоким. Для этого необходима специальная мотивация. Ведь лучше и

дешевле предупреждать ошибки, чем исправлять их.

«Полиграфоформление» имеет 120-летний опыт производства этикетки и упаковки, существуют хорошие традиции, и мы сегодня стремимся их поддерживать и развивать. Девиз коллектива: «Собраться вместе — это начало, удержаться вместе — это единство, работать вместе — это успех».

ГАРТ: А кто Ваши клиенты?

М. Я.: Мы работаем с заказчиками из самых разных городов России и стран СНГ. Многие из них — очень большие, но есть и не самые крупные. У всех разные требования, но главное, что нам помогает с ними работать — принцип «клиент всегда прав». Конечно, мы стремимся к сотрудничеству с серьезными заказчиками, создали «Клуб надежных партнеров», в который принимаем только клиентов, удовлетворяющих очень строгим критериям отбора.

Самое интересное, что есть клиенты, которые работали с нашим предприятием еще в XIX веке. Например, товарищество «Эйнемъ», для которого печатались «прейскуранты, плакаты, этикетки и пр.», сегодня носит название ОАО «Красный Октябрь» и продолжает с нами работать.

ГАРТ: Максим, а каково Ваше отношение к Союзу полиграфистов СПб?

М. Я.: Вообще, считаю, что это хорошая идея, потому что она направлена на развитие индустрии в целом и на то, чтобы сделать этот рынок более цивилизованным. Еще одна очень важная возможность, которая появилась с созданием Союза — возможность общения руководителей предприятий друг с

другом. До этого момента мы просто не были знакомы.

Не так давно Heidelberg организовал визит большой группы российских полиграфистов в Японию. Там были и москвичи, и мы — питерцы, и руководители типографий из других городов. Люди впервые встретились в таком составе и было много времени для профессионального общения. По разговорам стало понятно, что питерские полиграфисты позже начали общаться между собой. В Москве это произошло раньше, что дало московским типографиям некоторые преимущества.

Мне, кстати, очень понравилось в Японии: типографии, в которых мы побывали, и техника Heidelberg, конечно.

ГАРТ: Ходят слухи о том, что Вы строите новое производство.

М. Я.: Особого секрета в этом нет. Мы приобрели недостроенные помещения площадью 16,5 тыс. м². Сегодня занимаемся созданием на этой территории нового производства на базе машин глубокой печати. Кроме того, на этой же территории будут работать и листовые офсетные машины. Одна из них — Heidelberg Speedmaster — уже установлена, но это только самое начало: новое офсетное производство будет большим даже по западным меркам.

ГАРТ: Это очень серьезные планы. Наконец-то появится полноценное производство с глубокой печатью?

М. Я.: Да, мы планируем оснастить его двумя машинами и всем, что необходимо вокруг. Конечно, это только планы, но я не вижу причин, по которым они не претворятся в жизнь.

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

TECHKON
профессиональное контрольно-измерительное оборудование

Москва, Гамсоновский пер., д. 9 (ст. метро "Тульская")
тел.: 956-3211 (многоканальный), www.maccentre.ru

МАК ЦЕНТР



Сергей Владимирович РАДВАНЕЦКИЙ
Полиграфический центр «Мультипринт»
Генеральный директор
Президент Союза полиграфистов СПб

ГАРТ: Сергей, как прошла выставка «Полиграфика»?

С. Р.: Для первого раза достаточно неплохо. Идея поддержки «Полиграфики» была выработана корпоративно. Союз явился не более чем организатором процесса. И я искренне благодарен всем участникам, реально, деньгами проголосовавшим за выставку, достойную Петербурга.

ГАРТ: А много ли было посетителей?

С. Р.: По нашим подсчетам, около десяти тысяч, из которых две трети — специалисты. Успеху способствовали и «околовыставочные» мероприятия. Все отмечают, что семинары, проведенные и поставщиками оборудования, и типографиями, были очень успешными. Президиумом Союза уже принято решение о проведении 22 и 23 января 2002 г. Форума полиграфистов Санкт-Петербурга, в рамках которого будет представлена программа семинаров по различным направлениям деятельности современного полиграфического предприятия.

Пользуясь случаем, хочу пригласить к участию в Форуме московские фирмы, заинтересованные в продвижении своих материалов, оборудования и технологий. Программа будет насыщенной и разнообразной. После краткого пленарного заседания — отчетно-выборное собрание Союза полиграфистов СПб, салон-выставка достижений питерской полиграфии, награждение победителей конкурса на лучшее исполнение печатной продукции «Печатное дело 2001», круглые столы, дискуссии, концерт-смотр художественной самодеятельности и, конечно, традиционный фуршет.

ГАРТ: Как складывается ситуация после выставки?

С. Р.: Членов Союза проведенная работа, можно сказать, сплотила, никто уже и не хочет слышать о шагах по интеграции разрозненных выставок в одну. Сформировалась достаточно жесткая позиция по отношению к «Ленэкспо». В «Манеже», где проходила «Полиграфика», есть куда расти. Общая площадь, на которой можно

разместить стенды участников, составляет 2,4 тыс. м². Я считаю, для нашей выставки будет очень хорошо, если она за два-три года вырастет настолько, что займет весь «Манеж». Что касается участия поставщиков тяжелого оборудования, сомневаюсь, что они повезут его в Питер.

ГАРТ: Возможно, ведь даже на трех основных выставках Москвы крупнейшие поставщики оборудования не всегда демонстрируют более или менее серьезные машины. Вообще, вопрос выставок сегодня очень актуален. Поставщики оборудования отказываются участвовать, и организаторы отменяют выставки, показавшие себя неэффективными.

С. Р.: В Питере тоже непростая ситуация. Понятно, что «Полиграфию» и «Полиграфику» хорошо бы объединить. У «Ленэкспо» есть опыт и выставочные площади, а учитывая, что «Полиграфика» в этом году занимала 800 м², вместе мы могли бы набрать экспонентов на 2 тыс. м². Но Союз не собирается становиться инициатором переговоров с «Ленэкспо». Сегодня наш партнер — «Рестэк», да и негативный опыт общения с руководством «Ленэкспо» еще не забыт.

ГАРТ: Вы считаете, что площадь полиграфической выставки должна быть не менее 2 тыс. м²?

С. Р.: Я считаю, что для выставки очень важно число посетителей, а для посетителей — тот факт, что выставка известна и представительна и, уж конечно, не размещается на крошечном пятачке в 500 м² включая проходы между стендами. Для Петербурга это просто оскорбительно.

ГАРТ: Понятно, а как вообще идут дела у Союза? Что нового?

С. Р.: О самом последнем проекте — Форуме, я же рассказал. Делаем свой сайт, готовим информационно-аналитический проект по современному состоянию отрасли, в работе новый справочник. Сегодня в Союзе уже более 50 первых лиц полиграфических предприятий города. Набирает обороты клуб — раз в месяц для встреч мы снимаем один из больших залов популярного в городе пивного ресторана.

ГАРТ: Неужели для того, чтобы вот так собираться, необходимо было регистрировать Союз?

С. Р.: Любая идея обречена, если нет организационных и финансовых ресурсов на ее реализацию.

ГАРТ: Мы уделили очень много внимания Союзу. А как дела у ЗАО «Полиграфический центр «Мультипринт»?

С. Р.: Спасибо, что вернули на грешную землю. Хватает и проблем, и, надеюсь, мозгов для их решения. Успешно вошли в новый для нас рынок — коробки. Конечно, растут объемы производства: месячный оборот — 500 тыс. долл. Готовим новый инвестиционный проект. Но главное внимание — на управление, эффективность производства, новые технологии.



Надежда Алексеевна МАРИЦИНА
«Ленэкспо»
СПб
Директор выставки «Полиграфика»

ГАРТ: Надежда, выставка «Полиграфика», запланированная на январь 2002 г., состоится?

Н. М.: Да, хотя это сложный проект, потому что выставку надо делать заново и по-другому. Но решение уже принято, и руководство «Ленэкспо» внимательно следит за развитием ситуации. На сегодняшний день большинство фирм, которые согласились участвовать — поставщики оборудования и материалов.

Согласие типографий получить сложнее, во многом из-за конфликта с Союзом полиграфистов, который возник еще до того, как я стала директо-

flexoplus.ru

сайт,
посвященный
флексографии.
конференция.

заходите!

ром выставки. Мотивация отказов такова: «мы бы поучаствовали, но мы члены Союза полиграфистов». Мне сложно понять подобное поведение, поскольку многие из опрошенных участвовали в мае в выставке «Полиграфика-2001» и остались довольны результатами, в первую очередь тем, что на выставке явно увеличилось число посетителей, она перестала быть похожей на привычную встречу знакомых экспонентов.

ГАРТ: Именно отсутствием посетителем отличалась «Полиграфика» несколько лет назад. За счет чего Вам удалось изменить ситуацию?

Н. М.: Мы уделяем привлечению посетителей-специалистов очень большое внимание. В этом году охватили практически весь Северо-Запад. После проведенного маркетингового исследования стало понятно, кто является клиентом той или иной типографии, и теперь мы можем приглашать нужных посетителей более целенаправленно.

Я познакомилась с руководителями крупнейших питерских типографий — членов Союза и поняла, что в конечном счете им важен конкретный экономический результат. Наверное, это и опреде-

ляет направление, в котором будет развиваться выставка «Полиграфика».

ГАРТ: Союз ведь провел в сентябре свою выставку — «Полиграфика».

Н. М.: Да, в Михайловском манеже, технические возможности которого ограничены — там полиграфический рынок Петербурга не может быть отражен полностью, значит должна быть еще одна выставка, которая будет освещать другой сегмент. Это влечет за собой организацию в Санкт-Петербурге нескольких выставок близкой тематики. Но ведь сами полиграфисты Петербурга считают, что выставка должна быть одна, а площади и техническое оснащение «Ленэкспо» позволяют сделать серьезный проект, представляющий все направления.

Я не против выставки «Полиграфика», просто считаю, что если заниматься чем-то серьезно, это что-то должно быть перспективным. Чтобы выставка стала большой, участники должны иметь возможность продемонстрировать серьезное оборудование. «Манеж» такой возможности не дает.

ГАРТ: Московский выставочный опыт говорит, что должно быть две выставки. Одна — для поставщиков оборудо-

вания и материалов, на которой посетители — типографии (например, «ПолиграфИнтер»), а вторая — для типографий, где посетители — заказчики полиграфической продукции (например, «Дизайн и Реклама»).

Н. М.: Я считаю, что большинству посетителей будет интересно побывать и на той, и на другой выставке. В Питере, на территории «Ленэкспо», обе выставки могут проводиться одновременно. Например, в 2002 г. параллельно с «Полиграфией» «Ленэкспо» проводит выставку «Современная упаковка и дизайн». Крупнейшие члены Союза полиграфистов, кстати, участвуют в ней, несмотря на «политические разногласия» с «Ленэкспо».

Я очень хочу организовать хорошую выставку, приложу для этого все усилия и готова идти на переговоры. С моей точки зрения, каким бы красивым городом ни был Питер, участие в выставке должно запомниться не только приятным отдыхом, но также активной работой, а главное — экономическими результатами.

Совместно с выставкой «Современная упаковка и дизайн»

29 января – 1 февраля 2002
Санкт-Петербург

**международная
ВЫСТАВКА
«ПОЛИГРАФИЯ»**

- Допечатное и офисное оборудование
- Печатное оборудование
- Постпечатное оборудование
- «Second hand» оборудование
- Комплектующие и запчасти
- Приборы и устройства контроля технологических процессов

- Расходные материалы: краски, химикаты, пленки для фотывыводных и цветопробных процессов, бумага, картон
- Полиграфические услуги: типографии, дизайн-студии, фото-студии

29 мая – 2 июня 2001

Санкт-Петербург, Большой пр, 103 Телефон (812) 119 5312, 119 5234 www.lenexpo.ru/ex-polig marizina@mail.lenexpo.ru

ПолиграфИнтер. Опять успех

Никто и не сомневался в том, что главное событие полиграфического года — крупнейшая выставка опять пройдет успешно. Так оно и получилось. Есть, конечно, и недовольные, но без этого никак не обойтись при организации выставки такого масштаба. Обиженных, кстати, не очень много.

Весомость мероприятия в некотором роде определяется рангом присутствующих на открытии официальных персон. В этом году ленточку перерезали вице-спикер Государственной Думы В. В. Жириновский и заместитель министра МТПР В. В. Григорьев. Было еще очень много важных гостей, но присутствие одного из них нельзя не отметить отдельно. Это президент выставки Drua и президент концерна КБА А. Больца-Шюнеманн. Выступающие



ПОДДЕРЖКА БУДЕТ

27 октября 2001 г. в офисе компании «Нисса» прошла встреча Председателя Государственной Думы Г. Н. Селезнева и руководства Ярославской области с руководством компании «Нисса» и рыбинского завода «Полиграфмаш». Предметом обсуждения стала программа сотрудничества «Ниссы» и «Полиграфмаша» по перевооружению региональных издательств и типографий.

Г. Н. Селезнев сам долгое время работал главным редактором «Комсомольской Правды» и других центральных газет, поэтому хорошо знает проблемы полиграфической отрасли. На пресс-конференции после совещания Геннадий Николаевич одобрил программу сотрудничества и пообещал государственную поддержку единственному российскому производителю печатных машин — КПЦ «Полиграфмаш».

пожелали участникам и посетителям успешной выставки.

Надо сказать, что в этот раз на стендах демонстрировалось очень много офсетных печатных машин. Выделялись полноформатные KBA, Komori и MAN Roland. Привлекала внимание и полуформатная восьмикрасочная Shihonara 74.

Традиционно лучшей была экспозиция Heidelberg. То, что эта фирма не принимала участия в других выставках этого года, было компенсировано на «ПолиграфИнтер» по-настоящему интересной экспозицией. Среди экспонатов было много машин, которые демонстрировались в России впервые. Восьмикрасочный Speedmaster SM 102, приобретенный типографией №13, еще долго будет считаться самым «весомым» экспонатом выставки. Эта машина получила «Большой Хрустальный Марзан», представленный в том же павильоне Speedmaster CD 74 также был отмечен «Марзаном», как лучшая печатная машина. Кстати, эта же машина была удостоена не менее почетного «Марзана», который присудило ей жюри профессионалов.

Много интересного допечатного оборудования. Несмотря на кажущееся снижение спроса, на выставке были широко представлены фотовыводные устройства, в том числе, большого формата. Демонстрировалось не менее шести устройств СТР для экспонирования металлических пластин, причем, по крайней мере четыре из них можно было оценить в работе.

Цифровая печать была представлена традиционными, если можно так сказать, машинами: Indigo, MAN Roland и Heikon. Кстати, впервые в России демонстрировалась ЦПМ Indigo Ultra-Stream. Кроме того, по крайней мере два участника представляли не отдельные машины, а комплексные решения для цифровой печати. На стенде Heidelberg демонстрировался комплекс для производства книг малыми тиражами на базе Digimaster 9110 и Quickmaster DI. Фирма Xerox в этом году участвовала в «ПолиграфИнтер» впервые. Стенд Xerox находился в павильоне №17 и представлял из себя комплекс цифровой печати на основе Xerox DocuColor и Xerox DocuTech, включая линии для производства книг по запросу, а также другой продукции.

Много было представлено и рулонных печатных машин: все-таки интерес к производству этикеток и упаковочной продукции очень высок, и если в Москве этот рынок приближается к пе-

ренасыщению, то в регионах ситуация совсем другая. По оценкам Министерства МТПР, доля флексографского оборудования в объеме импорта печатных машин в 2000 г. составила 27%.

В этом году площадь выставки составила 24 тыс. м², в ней приняли участие около 250 компаний — производителей и поставщиков полиграфического оборудования, материалов и др. Безусловно, «ПолиграфИнтер 2001» удался. Будем надеяться, что в будущем году выставка будет иметь еще больший успех.

Б. А. КУЗЬМИН ПОЗДРАВИЛ ВСЕХ С ОТКРЫТИЕМ ВЫСТАВКИ



ПРЕЗИДЕНТ КОНЦЕРНА КБА А. БОЛЬЦА-ШЮНЕМАНН



ПОСЕТИТЕЛЕЙ БЫЛО ОЧЕНЬ МНОГО



САМАЯ «ВЕСОМАЯ» МАШИНА НА ВЫСТАВКЕ



КОНФЕРЕНЦИЯ XEROX

Во время выставки «ПолиграфИнтер» прошла конференция «Полиграфия для малотиражных изданий как стратегия развития бизнеса».

На конференции выступили: ведущий консультант по цифровой печати Рочестерского Института Технологии (RIT) П. Мьюар, управляющий центром распространения Bertelsmann и Ярославским полиграфическим комбинатом М. Печке, другие ведущие российские и зарубежные эксперты в области печатного дела.

В обсуждении перспектив цифровой печати на российском рынке приняли участие более пятидесяти представителей издательств, типографий и рекламных агентств.



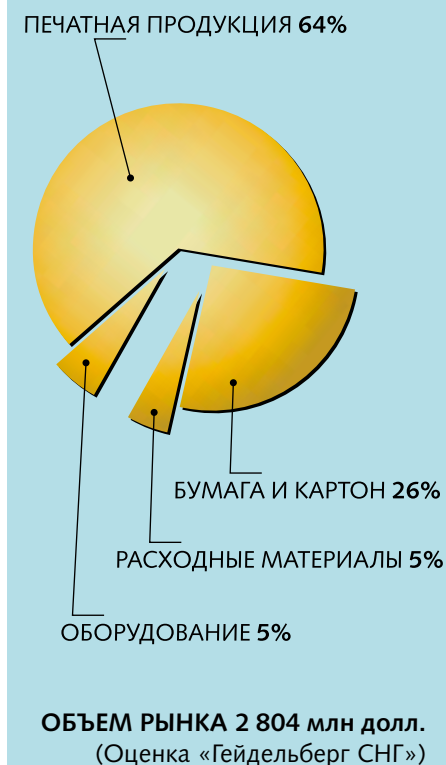
УСПЕШНАЯ ВЫСТАВКА

На пресс-конференции руководитель «Гейдельберг СНГ» Владимир Бабаев сказал, что нынешний «ПолиграфИнтер» стал для компании самым успешным за все годы участия. Стенд посетили 15 тыс. человек, во время демонстраций оборудования было запечатано более 80 т бумаги.

В 2001 г. «Гейдельберг СНГ» планирует увеличить объем продаж на 30%, поскольку именно такой цифрой оценивается рост производства полиграфической продукции.

На пресс-конференции были также представлены результаты маркетингового исследования «Тенденции рынка полиграфии», демонстрирующие показатели развития отрасли в 2000 г.

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ В 2000 г.



Листовые офсетные машины Hamada (Япония)

Офсет: качество, скорость, автоматизация



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



Hamada B 252 A

- широкий спектр запечатываемых материалов (бумага 40-370 г/м²; картон, толщиной 0.4-0.5 мм)
- не требует высокой квалификации обслуживающего персонала
- более 70 моделей одно-, двух- и многокрасочных машин формата А3 и А2 различного назначения
- не требует специальной подготовки помещения
- рентабельность на малых тиражах
- бесперебойная работа в "экстремальных" условиях

Ульяновск «НИССА-Волга» (8422) 365-175
 Волгоград «НИССА-Регион» (8442) 735-095
 Екатеринбург «НИССА-Урал» (3432) 711-432
 Новосибирск «НИССА-Сибирь» (3832) 106-035
 Казань «АБАК» (8432) 769-460

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

nissacentre

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



СОВЕЩАНИЕ В МИНИСТЕРСТВЕ

В конце октября в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций (МПТР) прошло информационное совещание руководителей и специалистов подведомственных полиграфических предприятий, а также руководителей органов управления в сфере печати субъектов РФ.

На совещании выступили с докладами заместитель министра В. В. Григорьев и авторитетные руководители полиграфических предприятий, а также фирм-поставщиков оборудования и расходных материалов.

В. В. Григорьев проанализировал состояние полиграфической промышленности России и рассказал о подведомственных полиграфических предприятиях, доля продукции которых в стоимостном выражении составляет 19,6% от российского рынка.

Главной проблемой государственных типографий является их низкая конкурентоспособность. Основными причинами этого министерство считает неэффективный менеджмент и безнадежно устаревшее оборудование. Конечно, существуют положительные примеры, но большинство предприятий все-таки проигрывают в конкуренции с частной полиграфией, особенно, если рассматривать высокоприбыльные виды продукции: рекламно-коммерческую, этикеточную и упаковочную.

В стремлении решить проблемы менеджмента 20% директоров предприятий были недавно заменены, и смена руководства еще не завершена. Что касается необходимого технического перевооружения, предприятиям предложено проводить его за счет собственных средств и путем привлечения внешнего финансирования в соответствии с бизнес-планами, согласованными с Министерством.

«Предприятие должно вести на рынке агрессивную политику, ни в чем не уступая частному сектору, и в этом состоит миссия его руководства».

НОВЫЙ ЗАВОД ГОФРОТАРЫ

Компания «Архбум» открыла в подмосковном Подольске новый современный завод гофротары. Инвестиции составили 1,1 млрд руб. Завод оснащен современным оборудованием ведущих мировых производителей и претендует на статус крупнейшего в Европе предприятия по производству гофротары.

На полную мощность предприятие выйдет в 2002 году. По оценкам экспертов, создание нового завода увеличит долю «Архбум» на российском рынке гофрокартона до 30%.

ОАО «Архбум» является центральной структурой промышленного холдинга «Группа компаний «Титан», в который входят Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат, 19 лесозаготовительных и 3 лесоперерабатывающих предприятия, Мурманский тарный комбинат, Подольский завод гофротары, а также Киевский картонно-бумажный комбинат.

За 9 месяцев 2001 г. объем реализованной «Архбум» продукции составил 7192 млн руб. Компания лидирует на российском рынке тарного картона и гофропродукции. В рейтинге российских предприятий-экспортеров «Архбум» занимает 48 место, поставляя свою продукцию в 59 стран мира.

АССОЦИАЦИЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

15 ноября в московской гостинице «Националь» состоялась конференция, на которой обсуждался вопрос о необходимости создания ассоциации цифровой печати. Инициатором этой встречи выступило издательство «Курсив».

В обсуждении приняли участие представители 23 компаний, в числе которых владельцы цифровых печатных машин, поставщики оборудования и материалов для цифровой печати, а также заказчики продукции.

По результатам обсуждения, которое продолжалось около двух ча-

«ЗНАКОВОЕ» ПРОИЗВОДСТВО

Недавно в московском предприятии «Флексознак» специалистами фирмы «Огард» сдана в эксплуатацию флексографская линия Comco Proglide MSP, предназначенная для выпуска упаковки из картона. Максимальная ширина запечатываемого материала — 559 мм, длина печати и отделки — до 812 мм.

В составе машины девять печатных модулей, пять из которых оснащены УФ-сушками.

Линия укомплектована модулем безостановочной размотки и автоматической склейки полотна, а также системой бесступенчатой продольной приводки Vary Print. Централизованная система сушки позволяет печатать водными красками на непитьваемых материалах на скорости до 150 м/мин. Система оснащена теплообменником, позволяющим экономить до 60% энергии.

Три ротационные отделочные секции имеют усиленную конструкцию, что позволяет выполнять операции по отделке картона толщиной до 600 мкм. Приемка стабильно собирает до пяти ручьев в стопы по 50–500 штук на скорости до 100 м/мин.

В настоящее время «Флексознак», дочерняя фирма компании «Знак», уже выполняет серийные заказы для табачной индустрии.



сов, участниками был подписан протокол, подтверждающий необходимость и своевременность создания ассоциации цифровой печати.



Ариф Анверович ЯНБУХТИН
Типография «Моби Дик» СПб
Генеральный директор

ГАРТ: Ариф, расскажите, с чего начался «Моби Дик»?

А. Я.: Начинали мы с программирования — грамотные инженеры, закончившие разные институты (нет только выпускников полиграфического). Но так получилось, что пришли в полиграфию и стали думать, как здесь можно зарабатывать деньги. В 1994 г. арендовали первые 40 м² для полиграфического производства и установили двухкрасочную «Планету» полного формата. Для нас это была хорошая полиграфическая школа, была машина и время для экспериментов. В конце концов все получилось — была создана очень хорошая команда, и нам удалось занять в своем секторе рынка лидирующую позицию по качеству продукции. Мы на сегодня готовы удовлетворить любые требования рынка.

Я, честно говоря, был поначалу против перехода в полиграфию, но она оказалась очень интересной отраслью. Если сравнивать с другими — одной из немногих, где отечественные предприятия могут на равных конкурировать с западными.

ГАРТ: Много в СПб хорошо оснащенных типографий?

А. Я.: Много. Но не только в СПб, вообще в России рынок полиграфических услуг пока полностью не структурирован. У типографий нет конкретной специализации. Малье хватаются за заказы, с которыми на их машинах не очень справишься, многие типографии готовы брать за работы класса HiFi, надеясь, что авось получится. Но существует круг заказчиков, у которых требования к качеству рекламной продукции повышенные, им, если можно так сказать, не нужны компромиссы. В Питере таким клиентам на помощь можем прийти мы и еще две-три типографии.

Наши главные преимущества — уровень качества и стабильность производства. В этом основную роль играют люди, но и техника — тоже важная составляющая. Для Питера у нас достаточно неплохой набор оборудования — пятикрасочная Polly и двухкрасочная «Планета».

Но мы планируем расширяться.

ГАРТ: Следующим станет, видимо, Speedmaster SM 74-5+L?

А. Я.: Возможно. О Heidelberg ничего плохого сказать нельзя, мы стояли перед выбором, когда приобретали вторую машину: или новая чешская или новая немецкая. Сделали выбор в пользу новой. А что касается красочности, то я считаю, что лучше иметь основную четырехкрасочную машину и рядом с ней еще двухкрасочную.

ГАРТ: При производстве продукции, о которой Вы говорите, очень важно качество на каждом этапе работы. Московские типографии, работающие на рынке рекламно-коммерческой продукции, имеют у себя все необходимое оборудование. А Вы?

А. Я.: У нас нет собственной допечатной подготовки: серьезного сканера и фотовыводного устройства. Мы делаем много работ с выборочной УФ-лакировкой, но соответствующего оборудования не имеем. Существуют многолетние отлаженные «технологические связи», партнеры, у которых мы размещаем заказы «по кооперации». Они знают наши требования к качеству, а мы знаем, что они нас не подведут.

Заказчики у нас самые разнообразные, с некоторыми работаем напрямую, с другими — через рекламные агентства, которых в нашем городе несколько десятков. Правда, только некоторые из них могут грамотно подготовить файлы к печати, поэтому проблема технологической грамотности клиентов для нас очень важна. На выставке «Полиграфика» мы провели семинар «Заказчик и типография — как

избежать технологических проблем и улучшить результат». Был аншлаг, мы рассказывали о каждом этапе производства и простым языком объясняли, почему могут возникать проблемы и что надо сделать, чтобы их не было.

ГАРТ: Ариф, Вы один из активных членов Союза полиграфистов СПб.

А. Я.: Я считаю, что это очень нужное дело. Понятно, что некоторые типографии боятся Союза. Его деятельность может привести к тому, что питерский рынок станет более упорядоченным и цивилизованным. Если, конечно, все сумеют договориться. Ведь тот, например, кто сманивает печатника у конкурента, предлагая ему большую зарплату, тем самым способствует неоправданному повышению уровня зарплаты во всех типографиях. Это неразумно, потому что объективных причин для такого повышения нет.

ГАРТ: В заключение сложный вопрос: чем отличается Ваша типография от похожей московской?

А. Я.: Честно говоря, не знаю. Полагаю, что в Москве есть десять типографий, в которых сильные команды и такое же как у нас отношение к качеству продукции. Я не думаю, что мы чем-то сильно отличаемся.

Могу предположить, что нам несколько сложнее работать. Ведь по питерским меркам московский рынок огромен. Заказчиков для себя может найти любая типография. У нас же, в связи с близостью к финским типографиям, конкуренция зачастую очень жесткая, нужно соответствовать самым высоким требованиям к персоналу, технике, управлению.

Не пора ли ЗАПРАВИТЬСЯ?

Расходные материалы для офсетной и флексографской печати

<p>Heidelberg Digital 127550 Москва, ул. Прянишникова, 2а тел.: (095) 742 34 57 Digital@ru.heidelberg.com</p>	<p>Адрес магазина: Даниловская наб., д. 4а, корп. 7 тел.: (095) 913 85 00; 773 80 61 Понедельник-пятница: 10:00-20:00 Суббота: 10:00-16:00</p>
---	--



Алексей Геннадьевич ФИЛАТОВ
«Санкт-Петербургская Образцовая типография» СПб
Генеральный директор

ГАРТ: Алексей, почему Ваша типография так называется? Ведь есть в Москве «Первая Образцовая»?

А. Ф.: Когда я выбирал название, типографии с именами собственными в названии уже приелись. Я считаю, что «Образцовая» — достойное название, и означает оно то, что у нас все образцовое: качество, оборудование, специалисты. Мы же начинали достаточно поздно — в мае 1997 г. Никто и никогда не вкладывал в нашу типографию больших денег, не приходили богатые инвесторы. Все развивалось по обычной лизингово-кредитной схеме со «Сбербанком». Практически все купленные машины были неновыми, потому что только такое оборудование можно было купить достаточно быстро.

ГАРТ: Как Вам удалось добиться успеха всего за четыре с половиной года?

А. Ф.: Я не буду оригинальным, если скажу, что у нас уникальный коллектив. Это на самом деле так. Большинство людей с высшим университетским (настоящим) образованием, с различных факультетов, с широким кругозором и, если можно так сказать, социально зрелые — понимают, что есть дом и есть работа, и на работе «бегут с полной выкладкой». При прошлой власти мы, в смысле, советский народ, работали недостаточно много, несколько застоялись, и теперь можем себе позволить работать побольше.

Я сомневаюсь, что среди полиграфических предприятий города найдется еще хотя бы одно, где смогли бы таких людей собрать, создать условия для роста и материально заинтересовать.

ГАРТ: Из этого следует, что у Ваших специалистов самые высокие зарплаты в городе?

А. Ф.: Я стремлюсь к тому, чтобы мои люди продавали труд моих же людей как можно дороже. Таким образом, чтобы зарплата у всех получалась самой конкурентной среди полиграфических предприятий.

Чтобы так получалось, люди должны уметь работать. Их необходимо учить, а поскольку учиться сегодня негде,

обучением занимаемся сами, и иногда вывозим ключевых сотрудников в Москву, в «Гейдельберг», иногда — за границу. В основном, для того, чтобы они пообщались с коллегами из «Линии График», «Полстара», «Черноголовки», других типографий, поняли, что чего-то не знают, или наоборот, знают лучше. Для людей, которые стремятся быть лучшими — это очень эффективное мероприятие.

ГАРТ: На каких видах продукции специализируется типография?

А. Ф.: У нас нет узкой специализации — это своего рода «широкозахватный комбайн»: мы печатаем и рекламную коммерческую продукцию, и упаковку. Если говорить об упаковке — коробках — то на рынке есть очень много «абы какой» продукции, но есть и та, которую я называю не элитной, а «квалифицированной» упаковкой. Ее не может напечатать любая типография, для этого требуются определенные навыки. Вот этой упаковкой мы и занимаемся.

ГАРТ: Кто Ваши заказчики?

А. Ф.: В основном петербургские компании, очень серьезные. Причем те, которым не нужно сделать все «за три копейки». На рынке упаковочной продукции постоянно возникают типографии

с четырехкрасочной «Планетой» и демпинговыми ценами. У заказчика может создаться впечатление, что всю предыдущую жизнь его обманывали, заставляя платить очень высокую цену за упаковку. Конечно, жаль, когда от нас уходит хороший заказчик, но через полгода он обычно возвращается, и лучшего способа воспитания клиента придумать нельзя.

У нас на сегодняшний день самый большой парк машин Heidelberg на Северо-Западе России. Для оперативной печати — Quickmaster DI и три машины Speedmaster. Полуформатный SM 72 V и две машины полного формата — CD 102 F+L и SM 102 S. Так получилось, что мы первыми ввезли в бывший Союз Heidelberg Speedmaster CD. Вторая машина тоже уникальная: шестикрасочный SM 102 с универсальной секцией лакирования, ИК- и УФ-сушками на приемке и еще двумя промежуточными УФ-сушками. Мы печатаем на ней самую разнообразную продукцию. Правда, промежуточные сушки практически не используются, потому что современные расходные материалы позволяют наносить УФ-лак за один проход с использованием традиционных офсетных красок.

ГАРТ: Но считается, что так делать нельзя!

А. Ф.: Тем, кто так считает, просто не хватает времени осмотреться вокруг. Мы нашли комбинацию красок и УФ-лака, которая работает и «по сырому». Эти материалы предлагают на российском рынке несколько поставщиков.

Интенсивная эксплуатация печатных машин предполагает наличие хорошей сервисной службы. В ее составе девять инженеров и один выпускник ПТУ (мы в шутку говорим: служба 91/2). Эта же служба занимается и изобретением нужных вещей. Например, для упаковки стирального порошка Persil необходимо было сделать автомат, наносящий отрывную ленточку на внутреннюю поверхность коробки. Сделали — и получили за эту упаковку Золотую медаль на конкурсе «Упаковка — Звезда России». Вообще сервисная служба — это небольшой завод по производству нестандартного полиграфического оборудования. У нас еще очень много разных машин и идей лежат в углу, до них просто не доходят руки.

ГАРТ: А расширять производство не планируете?

А. Ф.: Я считаю, что мы должны все новые технологии и производственные процессы попробовать первыми.

Очень помогает то, что есть огромный опыт покупки и восстановления ненового оборудования — не требуется вкладывать каждый раз большие деньги для того, чтобы просто попробовать.

Мы первыми привезли в Россию машину нового поколения для бронзирования. Она позволяет наносить на сырую краску бронзовый порошок и закреплять его. Перспективная технология для упаковок: порошок дешевой фольги, не нужно делать клише для тиснения, а выглядит очень здорово. Машина неновая, но уже работает, и скоро мы начнем активно предлагать клиентам упаковку с использованием этой технологии.

Если говорить о печатных машинах, то приобретать дополнительные я не планирую. Есть еще возможности интенсивного развития типографии.

Я не хочу стать некомпетентным. Руководство типографией с персоналом около двухсот человек, работающей 24 часа в сутки и семь дней в неделю, для меня, если честно — на грани возможностей, я сейчас уже не могу в некоторые вопросы «въехать» так, как я люблю «въезжать». С другой стороны, если нам удастся еще больше набрать вес за счет интенсификации производства, и станет ясно, что необходимо делать следующий шаг, то я его, конечно, сделаю. Но это будет, если можно так сказать, «фундаментальный» шаг в следующую весовую категорию.

Мы, честно говоря, уже купили себе помещение, в которое хотели перенести часть производства. Это бывшая мебельная фабрика. Оказалось, правда, что там установлено нормальное оборудование, и мне просто жаль его выбрасывать.

Придется, видимо, заняться теперь и производством мебели, надеюсь, хорошей.

ГАРТ: Алексей, Вы член «Гейдельберг-клуба» и со-

стоите в Союзе полиграфистов СПб. Интересно узнать Ваше мнение об этих организациях.

А. Ф.: Я считаю, что и та, и другая нужны. С появлением Союза руководители крупнейших питерских типографий, конкуренты, стали общаться между собой, обсуждать проблемы и вместе пытаться найти решения.

«Гейдельберг-клуб» — совсем другое, большинство его членов много лет знакомы друг с другом. Там мы тоже общаемся, обсуждаем вопросы бизнеса и цен, но это общение не конкурентов, а друзей. Если вдруг в клубе начнут сильно заставлять «носить флаг» — он недолго просуществует, но люди, которые в нем сегодня состоят, будут продолжать общаться.

АВТОМАТ ПРОИЗВОДСТВА «СЛУЖБЫ 91/2»



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

Ваша фирма — это:

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

Основные виды продукции:

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

Сколько человек работают в Вашей фирме?

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

Какое оборудование установлено у Вас?

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

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия: _____

Имя: _____

Отчество: _____

Должность: _____

Название фирмы: _____

Адрес: _____

КОНВЕРТЫ СДЕЛАНО В РОССИИ



ПОЗВОНИТЕ

- 279-4402, 279-6888
- 279-3995, 279-3957
- 279-5543, 279-1790

- Конверты стандартных размеров
- Конверты с окном
- Конверты с отрывной лентой (самоклей)
- Конверты с печатью логотипов
- Полноцветные фирменные конверты



Хрустальный Марзан 2001

В этом году издательство «Курсив» четвертый раз провело в конкурс «Хрустальный Марзан». Торжественное вручение призов состоялось во время выставки «ПолиграфИнтер». В этом году конкурс был более представительным.

Немного изменились условия: были добавлены четыре новые номинации, среди которых «Приз профессионалов». Эту награду присуждает жюри, состоящее из руководителей полиграфических предприятий. Представляем победителей в 15 номинациях

Новая технология в России

МАРЗАН: система управления PECOM фирмы MAN Roland (ХГС)
ДИПЛОМ: цифровая печатная машина Indigo UltraStream («Нисса»)

Новая торговая марка в России

МАРЗАН: листовая офсетная печатная машина Shinohara 75B VIII («Аквалон»)
ДИПЛОМ: флексографская рулонная печатная машина EuroFlex фирмы Ko-Pack с устройством запечатки лицевой и оборотной сторон в одной секции Emanon (YAM International)

Лучшее полиграфическое оборудование в целом

БОЛЬШОЙ МАРЗАН: листовая офсетная печатная машина Speedmaster SM 102-8-P-S («Гейдельберг СНГ»)

Лучшее допечатное оборудование

МАРЗАН: устройство Computer-to-Plate ProSetter («Гейдельберг СНГ»)
ДИПЛОМ: Цифровая цветопроба Digital Cromalin AQ-2 фирмы DuPont («Терем»)

Лучшее оборудование для цифровой печати

МАРЗАН: комплекс цифровой печати на основе Xerox DocuColor и Xerox DocuTech (Xerox)
ДИПЛОМ: цифровая печатная машина Digimaster 9110 («Гейдельберг СНГ»)

Лучшее печатное оборудование

МАРЗАН: листовая офсетная печатная машина Speedmaster CD 74 («Гейдельберг СНГ»)
ДИПЛОМ: листовая офсетная печатная машина Ryobi 524 HXX (Print-House)

Лучшее послепечатное оборудование

МАРЗАН: устройство для придания корешку брошюры прямоугольной формы Watkiss Spine master («Апостроф»)
ДИПЛОМ: вкладочно-швейно-резальная линия Valore (Müller Martini)

Лучшее вспомогательное и измерительное оборудование

МАРЗАН: система управления рабочими потоками AGFA Apogee («Терем»)
ДИПЛОМ: прибор Vipflex, предназначенный для измерения растровой точки на формах флексографской и офсетной печати (Legion Group)

Лучшее оборудование для специальных видов печати

МАРЗАН: плоскочетная рулонная трафаретная машина Galaxie 2005 фирмы SMAG («Итрако»)
ДИПЛОМ: рулонная машина трафаретной печати MT 5070 фирмы Ming Tai («Нисса»)

Лучшее флексографское оборудование

МАРЗАН: шестикрасочная узкорулонная флексографская машина Omet Flexu FX-330 («Аквалон»)
ДИПЛОМ: узкорулонная флексографская машина Mark Andy 4150 («Вариант»)

Лучшая демонстрация возможностей технологии

МАРЗАН: флексографская рулонная печатная машина EuroFlex фирмы Ko-Pack с устройством запечатки лицевой и оборотной сторон в одной секции Emanon (YAM International)
ДИПЛОМ: рулонная тигельная машина высокой печати Orthotec («Апостроф»)

Лучший расходный материал

МАРЗАН: фотоплимерный формный материал Cyrel FAST (Du Pont)
ДИПЛОМ: краска для тампонной печати M 720 фирмы ITW Morlock («Тампомеханика»)

Приз профессионалов

МАРЗАН: листовая офсетная печатная машина Speedmaster CD 74 («Гейдельберг СНГ»)
ДИПЛОМ: вкладочно-швейно-резальная линия Valore (Müller Martini)
ДИПЛОМ: офсетные пластины компании Fujifilm (YAM International)

НОВОСТИ

Приз полиграфической прессы МАРЗАН: система Computer-to-Plate APS 3850 фирмы Autologic (ХГС)
ДИПЛОМ: автомат для тиснения фольгой TBM-74 («Электрограф»)

Специальная номинация МАРЗАН: за верность традициям (ОАО КПЦ «Полиграфмаш»)

«ХРУСТАЛЬНЫХ МАРЗАНОВ» СТАЛО БОЛЬШЕ



ПРИЗ ПРЕССЫ ВРУЧАЕТ Н. Н. КОНДРАТЬЕВА



ПРОФЕССИОНАЛЫ: ВЫБРАТЬ БЫЛО СЛОЖНО



И. ШЕЛЕКЕТОВА: ЭТО БЫЛ ДЕНЬ HEIDELBERG



Мало кто поставит на "темную" лошадку...



...ставьте на Джи-принт – бумагу, известную в Европе с 1975 года.

g|print

универсальная мелованная бумага

www.regentgroup.ru


РЕГЕНТ-АПТ
ТОРГОВАЯ СИСТЕМА

Управления сбыта полиграфматериалов: г. Москва: (095) 924-0038, 924-0117 г. Алматы: (3272) 44-2424 г. Екатеринбург: (3432) 55-5190 г. Казань: (8432) 43-9401 г. Краснодар: (8612) 57-4027 г. Киев: (044) 441-8749 г. Нижний Новгород: (8312) 31-3100 г. Новосибирск: (3832) 11-9800 г. Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522 г. Самара: (8462) 35-3741 г. Санкт-Петербург: (812) 320-7170 г. Тверь: (0822) 55-1116
Поставки в регионы: Управление региональных продаж ГК «Регент»: г. Москва: (095) 956-6623, 956-6624