



ЦВЕТНАЯ БУМАГА

Такой объем не может не влиять на рынок. Он определяет рынок

К. Усов (с. 10)

Весьма отрандно, что мы научились говорить об этом открыто. Научились и бороться

Д. Парфенов (с. 10)

Возможно, кто-то из тех, кого Вы называете «серыми» поставщиками, и привозит партии некондиционной бумаги, но мы этим не занимаемся

Александр (с. 10)

Александр
Поставщик
«серой» бумаги

ГАРТ: Александр, цена качественной мелованной бумаги волнует сегодня все печатающие и издающие организации. В настоящее время на рынке существует несколько продавцов бумаги, которые предлагают ее по ценам заметно меньшим, чем у крупных оптовиков. Мы бы назвали такую бумагу «серой», в том смысле, что производитель не отслеживает конечный пункт ее поставки. Вы торгуете именно такой бумагой?

А.: Можно сказать, что да. Мы покупаем бумагу прямо на фабриках, но не заключаем при этом сложных долгосрочных соглашений с массой взаимобязательств.

ГАРТ: Теоретически, производители не должны были бы продавать Вам эту бумагу, но продают. Почему?

А.: Я считаю, что ситуация обоудовыгодная. Часто бывает, что производителям бумаги необходимо избавиться от чего-то «зависшего» на складе, и они

В НОМЕРЕ:

АППЛИКАЦИЯ НА ТЕМУ...	3
НОВОСТИ	8
ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОТРЕБИТЕЛИ	12
СОВСЕМ ЗАКРЫТЫЙ РЫНОК	13
ВСЕ ЛИ ПРОСТО?	14

готовы отдать это по «хорошей» цене. Нам же интересно торговать бумагой.

ГАРТ: Мы подошли к самому интересному вопросу. Чем выгоден этот бизнес и как Вам удастся держать цену на бумагу ниже, чем предлагают российские оптовики?

А.: Чтобы цена получилась ниже, мы используем более гибкую схему. Оптовикам, например, приходится оплачивать транспортировку бумаги из Финляндии в Россию. Какой бы низкой ни была ее стоимость, перевозка добавляет 10–15% к цене. У нас же транспорт, условно говоря, бесплатный. Я поясню. Мы работаем в составе большой структуры, которая занимается в том числе и перевозкой грузов из России в европейские страны. Обратное «фура» может ехать пустой, поскольку цена транспортировки груза уже содержит оплату обратного рейса. Однако можно загрузить в нее какой-нибудь товар. Так как большинство «фур» возвращаются через Финляндию, то логично, чтобы груз был финским. Когда мы все подсчитали, оказалось, что самый выгодный товар для нас — бумага.

ГАРТ: Интересно, почему?

А.: Товар достаточно дорогой, удобный для транспортировки и при этом сравнительно простой при продаже.

(Продолжение на с. 10)



С НОВЫМ ГОДОМ, ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!

Каждый, кому посчастливилось побывать на вершине Эльбруса, навсегда запомнит этот миг покорения. Когда облака где-то там, внизу. Когда долгая череда преодолений открывает, наконец, истинное ощущение победы. Когда осматриваешь этот вознесенный под небеса участок суши и удивляешься совершенству природного дизайна.

Повседневная жизнь скупа на сильные впечатления, если не стремиться к лучшему, не посягать на неприступное, не преодолевать себя вчерашнего.

КОМУС год за годом, шаг за шагом достигает всё новые и новые поставленные цели. Полиграфисты и издатели - клиенты фирмы - могли заметить это. Всего за шесть лет департамент ПСБК (полиграфических сортов бумаги и картона), начав с нуля, стал одним из крупнейших бумажных оптовиков России. Ассортимент радует широким диапазоном форматов и плотностей, арктической белизной, радужным многоцветьем...

Покоряя вершину за вершиной, КОМУС стал компанией, необходимой всем и доступной каждому.

Воспарённость над обыденным не всегда измеряется метрами. Но если и просто обычная геометрическая высота неудержимо увлечёт Вас в очередное восхождение, не противьтесь этой чудесной магии. Возвышенное откроет Вам новые горизонты.

Счастья и успехов Вам в 2003 году!

На фото: сотрудник компании КОМУС Пётр Бесфамильный на вершине Эльбруса

ГАРТ

Новости. Регулярно и компетентно.

Ежемесячная газета для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России
Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Ведущий редактор: Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:

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

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Подписано в печать: 25.12.2002

Отпечатано в типографии «Август Борг»

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

Телефон: (095) 965 0319, 965 0320

Заказ № 4697

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2002

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



АППЛИКАЦИЯ НА ТЕМУ...

Мы часто и с удовольствием рассказываем о белой бумаге, но в этом, новогоднем, номере решили уделить больше внимания незаслуженно забытым цветным сортам. Еще два года назад, увидев простаивающую в одной из российских типографий восьмикрасочную офсетную печатную машину, я подумал, что было бы здорово напечатать целый номер ГАРТ на дизайнерской бумаге, в 6–7 красок. Даже дизайнеры нашлись, которые готовы были над этим проектом поработать, только времени, как обычно, не хватило. Руки не дошли. А жаль.

Ну а в этом номере мы просто имитировали модный на сегодня стиль аппликации. Это касается как дизайна, так и принципа подбора материалов. В этом сезоне очень многие бумажники приготовили клиентам сюрпризы, обыгрывающие популярную тему поделок из дизайнерских бумаг. Например, на заключительном заседании «Золотой Пыли», которую проводили «Александр Браун» и «Индекс Дизайн» и где нам довелось побывать, недюжинные способности по созданию открыток и елочных украшений из дизайнерских бумаг без использования режущих инструментов продемонстрировали не менее пятидесяти молодых и не очень дизайнеров.

Мне этот номер нравится тем, что кроме легкого разговора о дизайнерских бумагах нам удалось поднять и несколько актуальных «бумажных» вопросов. В том числе, тему «серой» бумаги, которая постоянно всплывает в разговорах с различными участниками рынка. Повторюсь: «серой» мы называем бумагу, которая идет в Россию не через официальных дилеров производителей бумаги. Правда, на сегодняшний день уже не совсем понятно, кого считать неофициальными дилерами. Ясно только то, что крупным оптовикам покупать бумагу по неофициальным каналам не имеет смысла. Относительно остальных комментировать сложно.

Мы, кстати, попробовали провести и опрос типографий на тему «серой»

бумаги. Для этого выбрали шесть полиграфических предприятий — от очень больших и до самых маленьких — конечно, хорошо знакомых нам, тех, от кого можно было ожидать ответа. К моему удивлению, ответивших оказалось всего двое. Они покупают бумагу только у крупных оптовиков, что такое «серая» бумага «не знают».

Вообще, все околбумажные темы являются непростыми. Особенно непростой оказалась тема сигаретной упаковки. Обратите внимание на рассказ об этом рынке. Я знаю четыре проекта, которые на него нацелены, но пока еще ни один из них не начал работать, оборудование для трех даже не въехало в Россию. Но вечно такая ситуация не продлится.

Кстати, российский рынок становится одним из самых привлекательных не только для западных производителей оборудования и материалов, но и для производителей печатной продукции: тех же упаковщиков. Если говорить о табачном рынке, то пока в России печатаются, в основном, пачки для недорогих сигарет, потому что оборудование — не самое новое, цилиндры для глубокой печати и высечки необходимо заказывать за границей. Но не стоит забывать об объявленном еще в мае проекте MeadWestvaco и EastPrint. Конечно, одна линия, которую предполагалось ввести в строй до конца 2002 г., погоды на рынке не сделает, но две новые машины уже могут стать очень серьезной «заявкой на победу». Только это — лишнее подтверждение заинтересованности западных упаковщиков.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ЯНВАРЬ 2003:
ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ
ПОСРЕДНИК

ФЕВРАЛЬ 2003:
С КОМПЬЮТЕРА
НА ФОРМУ

МАРТ 2003:
ОПЯТЬ ЭТИКЕТКА

АПРЕЛЬ 2003:
ЦИФРОВОЙ ДИЗАЙН

AUGUSTBORG

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

Комус

Бумага Arctic Silk
плотностью 130 г/м²
предоставлена фирмой «Комус»

Цветная бумага

На наши вопросы ответили:

Дмитрий Парфенов,
компания «Александр Браун»

Кирилл Усов,
начальник отдела рекламы
компания «Берег»

Михаил Козлов,
отдел рекламы
компания «Дубль В»

Сергей Моргульцев,
руководитель рекламной службы
Департамента бумаги и картона
для полиграфии, компания «Комус»

Анна Балицкая,
менеджер по маркетингу
компания Map Paper

ГАРТ: Расскажите о дизайнерских бумагах, которые Вы представляете на российском рынке.

АЛЕКСАНДР БРАУН: В 2002 г. компанией «Александр Браун» был запущен образовательный проект «Секреты воплощения творческих идей на дизайнерских бумагах», который связал воедино интересы дизайнеров и полиграфистов. Академия «Золотая Пыль» задумывалась как способ для открытого диалога. Теперь, по прошествии года, можно отметить, что поставленная цель достигнута. Пять заседаний в Москве для профессионалов отрасли, одно — для штатных рекламистов компаний-заказчиков, проведенное совместно с рекламным агентством Debby, три выездных семинара, которые прошли в Нижнем Новгороде, Красноярске и Омске. Девять заседаний — девять результативных обменов опытом работы на бумагах элитных коллекций. Серия семинаров продолжится и в 2003 г.

БЕРЕГ: Нашим ключевым поставщиком дизайнерских бумаг был и остается Gruppo Fedrigoni. Эта компания полностью соответствует своей миссии: «Promote, produce and distribute, as a potential single source of supply, an integrated range of specialised, quality products», являясь надежным поставщиком колоссального ассортимента бумаг с различными фактурами и оттенками, плотностями и техническими характеристиками.

В отличие от большинства производителей дизайнерских бумаг, которые размещают заказы на производстве и вынуждают клиентов долго ждать отгрузки товара, Gruppo Fedrigoni имеет склад в северной Италии, где всегда хранится около 42 тыс. т бумаги, готовой к отправке.

Еще одной важной чертой Gruppo Fedrigoni является

приверженность классическому стилю бумаг, которые будут популярны еще десятки лет: это в первую очередь фактурные бумаги Acquerello, Nettuno и Tintoretto; Sirio — тонированные в массе бумаги, гладкие и тисненные; Pergaminate — коллекция полупрозрачных бумаг, куда входит очень популярная калька GSK; White & Ivory — белые и цвета слоновой кости бумаги; Constellation — коллекция «визиточных» картонов с разнообразным тиснением; уникальная, запатентованная коллекция бумаг Savile Row Tweed, повторяющего структура одноименной английской ткани. В ассортименте фабрик этой компании есть и мелованные бумаги: Symbol — с двусторонним двукратным мелованием: белые и цвета слоновой кости, матовые и глянцевые, с тиснением и без; Symbol Pearl — не имеющая аналогов коллекция перламутровых мелованных бумаг оттенков Ice и Champagne диапазоном плотностей 130–300 г/м²; Constellation Jade — бумага и картон с односторонним тиснением и перламутровым покрытием; Splendorlux — высокоглянцевые разноцветные картоны литого мелования.

Но нельзя сказать, что фабрика стоит на месте: каждый год происходят некоторые изменения в ассортименте, появляются новые коллекции. В 2002 г. мы представили, например, недавно разработанные коллекции Symbol Pearl и Sirio Pearl (тонированные в массе бумаги с перламутровым покрытием), Stucco — структурные бумаги с легким мелованием, позволяющие печатать с большей линиатурой.

«Берег» поставяет бумаги Fedrigoni с 1995 г., постоянно расширяя ассортимент и увеличивая количество товара на складах наших филиалов. За эти годы наша фирма заслуженно завоевала лидирующее место среди поставщиков дизайнерских бумаг во всем бывшем СССР. Тем не менее, несколько коллекций бумаг мы впервые представим только в 2003 г. Например, особую бумагу с оригинальной фактурой Kilim и только что разработанную коллекцию тонированных калек.

ДУБЛЬ В: В этом году у нас произошло кардинальное изменение в коллекции дизайнерско-представительских материалов. Если до апреля 2002 г. это были лишь классические представительские бумаги, то сейчас это 22 вида бумаг, калек и картонов. Это наиболее полная в России коллекция бумаг подобного назначения, в которой представлены все основные группы дизай-



С новым годом!

С.-Петербург, тел. (812) 329 9191, факс (812) 329 9199
Москва, тел. (095) 232 2610, факс (095) 232 2602
Более 50 филиалов в городах России и странах СНГ.

нерско-представительских бумаг. Это и классические бумаги представительского класса для создания полного набора деловых аксессуаров, и материалы в стиле Hi-Tec с металлизированными вкраплениями, и тонированные в массе бумаги широчайшего спектра оттенков и плотностей, и тонированные в массе кальки, и многое другое. Чтобы облегчить процесс выбора подходящего материала, мы создали каталог, в котором представлены как сами образцы материалов, так и их технические данные, рекомендации по печати и областям применения.

КОМУС: Дизайнерская бумага в компании «Комус» представлена многими коллекциями, каждая из которых особенна. В первую очередь, в этом ряду необходимо отметить хит года — чистоцеллюлозную тонированную бумагу «Стардрим» с покрытием типа «перламутр» и «металлик». В этой коллекции в 2002 г. появилось семь новых цветов: опал, античное золото, марс, изумруд, аметист, ночное небо и темная вишня.

Быстро завоевала популярность новая коллекция «Модельяни». Это белая и тонированная бумага с поверхностью, напоминающей шерстяную ткань. Коллекция представлена тремя цветами (белый, белый антик и топленое молоко) при двух плотностях — 145 и 260 г/м².

Расширена в 2002 г. цветовая палитра коллекции «Дали» — бумаги с тиснением в виде тонких линий. Теперь ассортимент этой бумаги в «Комусе» соответствует полному ассортименту производителя и насчитывает полтора десятка цветов при весьма широком диапазоне плотностей: 120–285 г/м².

Многие годы радуют клиентов ветераны рынка — «Веницелюкс» и «Биндакот» — коллекции, в которые входит бумага с односторонним высокоглянцевым литым покрытием. Здесь и белый цвет, и пастельные тона, и насыщенные цвета, и «металлик».

Чистоцеллюлозную тонированную бумагу (гладкую и с тиснением) объединяет коллекция «Мальмеро». Двадцать цветов, четыре вида тиснения при плотности 250 г/м² — разнообразие, которое тронет душу даже самому взыскательному потребителю.

Устойчивым спросом пользуются три коллекции «Фэнтэзи» — белая бумага с тиснением, пять видов пастельных тонов и несколько бумаг насыщенной, сочной окраски. Пара плотностей — 90 и 250 г/м² — позволяет использовать эту бумагу для самой

разнообразной продукции — от бланков до обложек.

Необычность коллекции «Свеция антиква» — в особом вержированном рисунке тиснения, а также наличии двух поставляемых производителем форматов (45×64 и 70×100 см) при показателях плотности 100 и 280 г/м². Бумага с низким показателем плотности позволяет увидеть рисунок тиснения на просвет, что является не только украшением, но и методом защиты документов от подделки.

Белая бумага — гладкая и с тиснением многих видов — представлена коллекциями «Ивобель» и «Иволайн». В наборе тиснений — лен, холст, льняж, лен-модерн, кожа, молоток и др. Различная плотность (150–350 г/м²) дает возможность использовать эту бумагу для огромнейшего разнообразия видов печатной продукции.

Дизайнерская бумага представлена в «Комусе» не только полиграфическими крупными форматами, но и форматом А4. К дизайнерским бумагам по

РеаЛайн

Широкий ассортимент расходных материалов для полиграфии



Lastra

офсетные пластины и химические продукты для их обработки, оборудование для изготовления печатных форм

**Vulcan
NAPPlate**

компрессионные офсетные резинотканевые полотна

**AGFA
Kimoto**

водовыводные фотополимеризующиеся пластины

**Canson
Ultralen-TK
Roll Mark
Pantone**

для высокой печати

фототехнические пленки

пленка для лазерных принтеров, монтажная основа

с миллиметровой сеткой

калька для лазерных принтеров

пленка для припрессовки

фольга для горячего тиснения

цветовые справочники

Офсетные краски и химия для печатного процесса

111250 Москва, ул. Лапина, д. 17а, к. 608,
тел.: (095) 787-5905, факс: (095) 362-5142, e-mail: sales@realine.ru
www.realine.ru

Филиал: 191119 Санкт-Петербург, ул. Звенигородская, д. 11,
тел.: (812) 325-8365, факс: (812) 325-8366, e-mail: realine_spb@hotmail.ru

сфере использования примыкают также мелованные картоны, синтетическая бумага ЮПО, переплетный материал «Эвелин».

MAP PAPER: Ассортимент Map Paper включает широкий спектр дизайнерских бумаг различных мировых производителей, но хотелось бы уделить особое внимание трем новинкам 2002 г.

Galaxy Paper (Южная Корея) — высококачественная декоративная бумага с золотистым (Galaxy Paper Gold) или серебристым (Galaxy Paper Silver) перламутровым слоем. Обладает высокой жесткостью, пухлостью, оригинальной блестящей поверхностью и современным дизайном; придает изделиям мистическую своеобразность и неповторимость. Сфера применения: изготовление каталогов, брошюр; высококачественной упаковки и обложек для книг; приглашений и открыток.

Terreus (Финляндия) — чистоцеллюлозная бумага высочайшего качества. В коллекцию Terreus входят бумаги шести цветов: натурального белого (Original White), ультра-белого (Pure White), цвета слоновой кости (Ivory), пергаментного (Vellum), жемчужно-серого (Pearl-Grey) и серо-голубого (Bluish Grey). Ассортимент Terreus включает фактурную и гладкую бумагу с водяными знаками и без массой от 80 до 330 г/м². Плотные сорта Terreus имеют многослойную структуру.

Серия бумаг Terreus предназначена для производства разнообразной представительской печатной продукции: рекламных буклетов, визитных карточек, открыток, приглашений, эксклюзивной упаковки.

Бумага Terreus идеально подходит для офсетной, трафаретной, струйной и электрофотографической печати. Благодаря специальному методу изготовления бумаги Terreus, волокна целлюлозы, содержащиеся в ней, отличаются эластичностью, хорошо растягиваются и не ломаются даже при больших деформациях, что позволяет рекомендовать Terreus для различной послепечатной обработки (конгревного тиснения, припрессовки фольгой, вырубки и пр.)

Особой гордостью нашей компании являются непальские бумаги ручной выделки. Они изготавливаются сезонно, только в жаркую погоду, когда бумага может быстро сохнуть и специальным образом «выцветать» на солнце; бумаги, которые имеют «мятую» и «полосатую» фактуры, специальным образом сгибают, подставляя под солнечные лучи те стороны, которые требуют более светлого оттенка; части, которые остаются в тени, сохраняют темный оттенок, тем самым придавая бумаге «двухцветность». Для окраски используются растительные или химические красители. Растительные красители придают бумаге натуральные пастельные оттенки. Их легко отличить благодаря приятной неравномерности прокраски. Химические красители используются для придания бумаге равномерных оттенков самых различных цветов. В коллекцию также входят грубоволокнистые бумаги на основе кукурузных рылец, бумаги на основе мякоти банана, бумаги с вкраплением риса, семян болгарского перца, тростника и др., бумаги в восточном стиле, сделанные на основе бамбуковых прутьев,

бумаги с вкраплениями лепестков различных цветов (васильков, ноготков и др.), а также листьев папоротника, бумага с мягкой фактурой «под замшу». Размеры и плотности бумаг варьируются, так как вручную невозможно производить бумагу, не отходя от стандарта, но приблизительный формат 51×76 см, плотности около 80–100 г/м² и 180–200 г/м². Сфера использования — красивая упаковка, паспарту, рамки для фотографий, «китайские» абажуры, изготовление шкатулок, коробочек, обложек путем припрессовки бумаги к основе, обложки меню, открытки, конверты и др.

ГАРТ: Кто типичный покупатель дизайнерских бумаг?

АЛЕКСАНДР БРАУН: Дизайнер. Но с точки зрения коммерции, объемов реализации, предпочтение следует отдать типографиям. Не следует забывать о том, что дизайнерские бумаги — прекрасный материал для производства элитной упаковки.

Вместе с тем, дизайнер (бюро, студия) рано или поздно передает свою работу печатникам, а те, в свою очередь, часто занимаются не только воплощением работы дизайнера, но и закупкой конкретного вида бумаги.

БЕРЕГ: Наши менеджеры по продажам чаще всего работают с представителями типографий и рекламных агентств, частными дизайнерами. А «двигатели» этого рынка, безусловно, дизайнеры.

ДУБЛЬ В: Типичный покупатель дизайнерских бумаг — типография, но заказывает их обычно дизайнер — представитель самой типографии или рекламного агентства. Ну а продукция — это визитки, обложки, папки, открытки, фирменные бланки, календари.

КОМУС: Типичный покупатель дизайнерских бумаг многолик. Это и дизайн-бюро, и крупные полиграфические фирмы, регулярно получающие заказы на элитные печатные изделия. Это могут быть и конечные потребители какой-либо продукции (к примеру, папок), которые сами приходят выбрать и закупить бумагу или картон, не полагаясь в этом на типографию.

MAP PAPER: Круг потребителей дизайнерских бумаг постоянно расширяется; основными же покупателями являются типографии, рекламные агентства и дизайн-бюро.

www.paparket.ru

ТРУДНО УСТОЯТЬ!

GALERIE ONE С ЛЕГКОСТЬЮ ПОБЕЖДАЕТ ТЯЖЕЛОВЕСОВ

Galerie One — это новое поколение высококачественной мелованной бумаги, специально разработанной для печати рекламных материалов, а также высокохудожественных изданий.

Galerie One предоставляет Вам возможность снизить затраты на 20% без ухудшения качества печати.

GALERIE ONE
Just touch it.

MAP PAPER
Москва, м. Октябрьская,
д. 18/1, 3-й эт.
Тел.: (495) 744-1182
e-mail: info@paparket.ru

Синтез-Дизайн-Делюкс
Москва, м. Китайский
Тел.: (495) 744-1182
e-mail: info@paparket.ru

ГАРТ: Имеется ли спрос на дизайнерскую бумагу в регионах?

АЛЕКСАНДР БРАУН: Безусловно. Подтверждение этому — наши выездные заседания. Интересно, что региональные потребители дизайнерских бумаг — весьма благодарные слушатели и клиенты. Если их профессиональный уровень и отстает от столичного, то совсем не намного. В 2003 г. продвижение элитных бумаг компанией «Александр Браун» в регионах будет подолжаться.

БЕРЕГ: По мере роста благосостояния спрос на поставляемые нами дизайнерские бумаги и в центре, и в регионах растет.

ДУБЛЬ В: Мы только начали продвижение дизайнерских бумаг в регионах, поэтому по объемам продаж судить сложно. Однако по статистике интерес к дизайнерским коллекциям в регионах меньше, чем в Москве.

КОМУС: Спрос на дизайнерскую бумагу в регионах по уровню отстает от спроса в столице, но он активно растет с каждым годом, особенно в областных центрах.

МАР PAPER: Спрос на дизайнерские бумаги в регионах, безусловно, есть.

ГАРТ: Как изменился рынок дизайнерских бумаг в 2002 г.?

АЛЕКСАНДР БРАУН: Надо признать, что стараниями игроков, пришедших к «дизайнерке» в 2002 г., предложение существенно расширилось, но лишь на уровне перечня. Качество по-прежнему остается в руках лидеров.

БЕРЕГ: Мы заметили, что в 2002 г. все бумажные оптовики увеличили количество и ассортимент бумаг, предлагаемых со склада, что, безусловно, очень удобно покупателям. На рынке появилась продукция и ряда новых производителей. Что касается моды, то специфика бумаги вообще и дизайнерских бумаг в особенности требует длительного времени для отработки технологии производства новой коллекции, всевозможных испытаний и сертификации, длительного времени и огромных вложений в раскрутку. Поэтому тут изменения случаются не так часто, как в других отраслях. В прошлом и этом году сохраняется мода на перламутровые бумаги и всевозможные кальки.

ДУБЛЬ В: В 2002 г. на рынке дизайнерских бумаг можно отметить тенденцию к использованию материалов в стиле Hi-Тес и цветных калек.

КОМУС: Рынок дизайнерских бумаг в 2002 г. активно развивался, и это активное развитие, начавшись два-три года назад, будет продолжаться, вероятно, еще несколько лет. Клиент будет искать такого продавца, который сможет предложить полнейший спектр бумаги и по цветам, и по фактуре поверхности, и по плотности, и по форматам, плюс еще нечто исключительное, эксклюзивное.

МАР PAPER: Несмотря на то, что многие до сих пор придерживаются консервативной идеи печатать свою представительскую и рекламную продукцию на мелованной бумаге, рынок дизайнерской бумаги медленно, но уверенно развивается и растет.

Мы, со своей стороны, стараемся показывать дизайнерам и печатникам новые возможности, которые открывают дизайнерские бумаги: демонстрируем образцы печатных работ на выставках, проводим семинары для клиентов.



B452A

Листовая офсетная печатная машина HAMADA B452A-IKC

**Короткие тиражи —
большие дивиденды**

Серия «В»-BEST

Hamada B52L



Hamada B252A



Hamada B552HRC



- Наибольшее количество удачных технологических решений на 1 м² занимаемой площади
- Самые высокие экономические показатели на коротких тиражах
- Комфортабельные условия при работе
- Срок гарантийных обязательств до 18 месяцев
- Технологическая поддержка в течение всего срока эксплуатации

- Цельнолитая резонансно-устойчивая станина с толщиной стенок - 35 мм
- Устройство быстрой смены форм (EPS)
- Автоматическое устройство смыски офсетного полотна
- Тройные роликовые подшипники
- Захваты с алмазным напылением
- Выводной противотмаривающий цилиндр
- Система оперативной настройки бумагопроводящей системы при переходе с тиража на тираж
- Окружная, боковая и диагональная привода
- Система самодиагностики

Фирма «НИССА Центр» — эксклюзивный представитель Hamada в России и странах СНГ

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

Полиграфическое оборудование: ■ допечатное ■ листовой офсет ■ цифровой офсет

■ флексографская печать ■ ролевая печать ■ послепечатное оборудование

nissa

centre

Ульяновск «НИССА-Волга» (8422) 365-175
Волгоград «НИССА-Регион» (8442) 735-095
Екатеринбург «НИССА-Урал» (3432) 469-947
Новосибирск «НИССА-Сибирь» (3832) 106-035



И ДЕНЬГИ ПЕЧАТАТЬ СТАЛО НЕВЫГОДНО

Компания De La Rue сообщила, что на ближайшие семь лет выбрана Банком Англии в качестве производителя банкнот. Решение о передаче производства банкнот коммерческой фирме Банк Англии принял для сокращения расходов. Одновременно с этим фирме будет продана имеющаяся у банка фабрика по производству ценных бумаг, которая выпускает около миллиарда банкнот различного достоинства в год. Компания De La Rue — крупнейший в мире производитель бумажных денег. На ее фабриках печатаются 150 мировых валют. De La Rue владе-

ет фабрикой в Англии, которая до сих пор производила продукцию только на экспорт.

КРГ ДОСТАЛОСЬ ОСТАЛЬНОЕ

После того, как компания Lastra приобрела часть принадлежавшего Mitsubishi Chemical производства офсетных пластин в США, оставшаяся, «японская» часть бизнеса вызвала вопросы. Было не совсем понятно, кто и как будет продавать пластины под маркой Mitsubishi. Похоже, период неопределенности завершился. Компания Kodak Polychrome Graphics (KPG) — один из крупнейших производителей офсетных пластин — объявила о приобретении этого бизнеса. Скорее, следует говорить о покупке сети продаж в Азии, то есть усилении присутствия на динамично развивающемся рынке. Напомним, что KPG завершает строительство завода по производству СТР-пластин в Китае.



ЕСТЬ ПЕРВАЯ ТЫСЯЧА

В ноябре 2002 г. компания Heidelberg установила тысячную печатную секцию машин Printmaster PM 74. Эти машины — сравнительно недорогое решение для типографий, которые хотят постепенно перейти от малого формата к среднему. Printmaster PM 74 поставляется в двух- и четырехкрасочной конфигурациях. Впервые представленная на выставке Drupe 2000, печатная машина быстро завоевала популярность. Кроме того, производители работают над возможностью ее дооснащения. Начиная с ноября 2002 г. для этих машин доступны опции автоматической смывки офсетного и печатного цилиндров.

ОБЪЕДИНЕНИЕ В РАМКАХ ХОЛДИНГА

17 декабря 2002 г. Холдинг ECS объявил о создании компании «Апостроф Принт», которая объединяет в себе коммерческие и сервисные ресурсы компаний «Апостроф» и «Принт-Хаус-оборудование». «Апостроф Принт» становится одним из крупнейших игроков на рынке, поскольку широкий ассортимент компании позволяет предложить качественные решения для удовлетворения любых потребностей отечественных производителей печатной продукции и упаковки, включая рулонную, листовую, цифровую и флексографскую печать, специальные виды печати, допечатные технологии, финишное оборудование, оборудование для производства полимерных пленок, пакетов, бумажных и полипропиленовых плетеных мешков, а также пластиковой тары.

«Апостроф Принт» обладает большим опытом в поставке и сервисном обслуживании полиграфического, допечатного, флексо- и упаковочного оборудования, масштабным парком установленных и обслуживаемых машин. В составе компании — мощный сервисный центр со штатом сертифицированных инженеров и складами запасных частей. «Апостроф Принт» имеет развитую российскую региональную структуру с офисами по продажам в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Новосибирске.

В 2003 г. «Апостроф Принт» продолжит работу на российском полиграфическом и упаковочном рынках, проводимую с середины 90-х гг. компаниями «Апостроф» и «ПринтХаус-оборудование» и сохранит преемственность по всем обязательствам обеих компаний.

Уважаемые Клиенты !

В связи с проводимой реорганизацией «Гейдельбергер-СНГ», а именно присоединением к нему «Гейдельберг Дигиталь», уведомляем Вас о том, что в соответствии с принятым решением единственного учредителя ООО «Гейдельберг Дигиталь» — ООО «Гейдельбергер-СНГ» с 01.01.2003 г. прекращается деятельность ООО «Гейдельберг Дигиталь» как самостоятельного юридического лица. Правопреемником по всем правам и обязанностям ООО «Гейдельберг Дигиталь», в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, будет являться ООО «Гейдельбергер-СНГ». Все обязательства, взятые на себя руководством присоединяемой компании, будут выполнены в полном объеме и с соблюдением всех договоренностей.

01.01.2003 г. закрываются все имеющиеся счета ООО «Гейдельберг Дигиталь», поскольку все финансовые операции компании будут прекращены.

С момента присоединения деятельность ООО «Гейдельберг Дигиталь» по реализации расходных материалов будет осуществляться в рамках уставной деятельности

ООО «Гейдельбергер-СНГ». Таким образом, направление расходных материалов становится полноправной составляющей «Системного подхода», предлагаемого ООО «Гейдельбергер-СНГ» на полиграфическом рынке России.

Слияние в сильную и сплоченную команду позволит повысить уровень интеграции между отделами продаж, логистики, сервиса и технологической поддержки, а главное, стать еще ближе к нашим клиентам.

Для клиентов «Гейдельберг Дигиталь» слияние не приведет ни к каким негативным изменениям — тот же компетентный персонал, партнерские отношения, своевременные поставки и широкий ассортимент расходных материалов, а также высококвалифицированная технологическая поддержка — все то, что является необходимым условием всестороннего успешного развития.

Генеральный Директор
ООО «Гейдельбергер-СНГ»

Бабаев В. В.

Директор
ООО «Гейдельберг Дигиталь»
Красноборов О. Г.



САМЫЙ БОЛЬШОЙ ФОРМАТ

В серии печатных машин MAN Roland 900 прибавление. Это модель Roland 900 формата 8, которая может печатать на листах размером до 1300×1850 мм. На этом формате укладываются 4 листа 62×94 см. Машина ориентирована на производителей книг, каталогов, упаковки, а также на типографии, работающие на рынке наружной рекламы. Производительность новой модели 10 тыс. отт./ч.

Для того, чтобы работать с листами такого большого формата, в «обычную» конструкцию моделей серии 900 внесены дополнительные усовершенствования. Машина формата 8 имеет также самую высокую степень автоматизации.

Поставки машин планируется начать в третьем квартале 2003 г. По заявлениям представителей MAN Roland, интерес к новой модели высок как в Европе, так и в США.

АМЕРИКАНЦЫ В РОССИИ

В России появится «Евразийский центр по продажам и сервису в области графических технологий» (Eurasia Sales and Service Center for Graphic Communications Technologies in Russia). Инициаторами его создания стали Межрегиональная ассоциация полиграфистов (МАП) и американская Национальная ассоциация поставщиков оборудования (NPES), объединяющая более 500 компаний, поставляющих решения для допечатной подготовки, печатное оборудование, а также оборудование для производства упаковки. МАП получил грант от американского «Агентства по торговле и развитию» в размере 165 тыс. долл. на создание этого центра. Приехав в Москву, где будет располагаться центр, специалисты из России и других государств СНГ смогут познакомиться с достижениями американских производителей полиграфического оборудования.

ВЛАДЕЛЬЦЕВ ХАМАД ВСЕ БОЛЬШЕ

В начале декабря 2002 г. специалисты фирмы «Нисса-Регион» ввели в эксплуатацию очередную малоформатную листовую офсетную машину Hamada B-252A серии Best. «Алви-Ди-



зайн», одна из ведущих типографий Краснодара, считает эту машину эффективным инструментом для оперативного выполнения высокохудожественных работ в области рекламы и дизайна. В целях повышения производительности данная модель по индивидуальному заказу была оснащена рядом дополнительных опций, в том числе ИК-сушкой и высокоточным перфоратором для моментальной приводки. Устройства не только резко повышают оперативность печати, но и снижают временные затраты на приладку, а приладочный брак сводят к минимуму. В первый же день после запуска Hamada B-252A отпечатала 10 тыс. листов высокохудожественной этикетки в шесть красок.

ЖУРНАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ

ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

- Надежность, гарантированная российским качеством металлообработки
- Использование комплектующих Siemens, FAG, SKF, INA, Emerson, Festo
- Модульный принцип построения
- Разнообразие моделей:
- серия ПОГ – для производства газет
- серия ПОК – книжно-журнальная продукция
- серия ПОУ – универсальные машины

ПОДДЕРЖКА

- Гибкие финансовые схемы
- Технологическая поддержка
- Техническое обслуживание
- Склад запасных частей
- Гарантийное и сервисное обслуживание
- Лизинг
- Проектирование издательских работ
- Типографии "под ключ"
- Пуско-наладочные работы

Фирма «НОВОМАШ» Россия, 123290
Москва, Мукомольный проезд, 4А/2
тел.: (095) 956-5525, факс: (095) 956-5516
<http://www.novomash.ru>

НОВОМАШ



Александр

(Продолжение. Начало на с.1)

На него нет гарантийного и сервисного обслуживания как на оборудование, он не портится как продукты питания, может продаваться как крупным оптом, так и мелкими партиями. Найти другой товар с подобными характеристиками довольно трудно.

ГАРТ: Но экономия на доставке, видимо, не единственный Ваш козырь?

А.: Да, конечно. Мы занимаемся продажей бумаги уже несколько лет, поэтому часто торговля осуществляется «с колес». Мне не нужно оплачивать склад для хранения, поскольку бумага продается прямо из «фуры», которая объезжает 4–5 типографий. Цена при этом опять снижается, ведь фактически, бумага попадает к покупателю без промежуточных перегрузок, сортировок и хранения.

Кроме этого, так как мы сами занимаемся таможней, то можем оптимизировать затраты и на этом этапе. Правда, в последнее время с такой оптимизацией становится все сложнее.

ГАРТ: А производители бумаги? По всей видимости, они пытаются отдать Вам неликвиды, а не нормальную бумагу?

А.: Возможно, кто-то из тех, кого Вы называете «серыми» поставщиками, и привозит партии некондиционной бумаги, но мы этим не занимаемся: необходимо бороться за клиента, а когда один большой клиент — это 20% и более объема поставок, то потерять его — катастрофа.

ГАРТ: Александр, как Вы считаете, поставки «серой» бумаги оказывают влияние на российский бумажный рынок?

А.: Мне кажется, что нет. Мы работаем с ограниченным кругом типографий, и в общем объеме рынка наши поставки составляют небольшую долю.

Чтобы составить представление о сегодняшнем состоянии бумажного рынка, мы предложили вниманию ведущих бумажных оптовиков небольшую анкету. Ниже — результаты опроса.

1: Как Вы оцениваете российский рынок листовой мелованной бумаги в 2002 г.?

2: Какова, по Вашему мнению, доля «серого» импорта мелованной бумаги?

3: Оказывает ли «серый» импорт существенное влияние на российский рынок?

4: Как изменился рынок мелованной бумаги в 2002 г.?

БЕРЕГ

1: Оценивать рынок — дело неблагодарное. Основная проблема в том, что нет достоверных источников информации. Тем не менее, можно сказать, что импорт листовой мелованной бумаги составляет приблизительно 80 тыс. т (плюс-минус 10 тыс.)

2: Что касается «цвета» импортеров, то кристально честных можно по пальцам пересчитать. Так что, доля «серых» заведомо больше 30% импорта. Хотя, с другой стороны, что называть «серым» импортом? Наше таможенное законодательство таково, что даже при сегодняшних так называемых «серых» схемах некоторые товары завозятся дороже (!) себестоимости. А «по-белому» не получается — таможня не принимает в расчет контракты и экспортные декларации. Тарифы на некоторые виды бумаги настолько завышены, что рынок просто не сможет выдержать таких цен.

3: Такой объем не может не влиять на рынок. Он определяет рынок. Здесь важнее другое — насколько надежны импортеры, насколько отлажены логистические связи. Есть компании, работающие стабильно, а есть те, которые пытаются сэкономить пару долларов на использовании более «хитрых» путей, которые время от времени закрываются. А это только приносит на рынок некоторую нервность.

4: Этот рынок постоянно растет. Нельзя сказать, что рост такой же мощный, как несколько лет назад, но, по моей оценке, не менее 10%.

АЛЕКСАНДР БРАУН

1: Рынок мелованной бумаги по-прежнему представляет собой наиболее емкое и перспективное направление полиграфической отрасли. По данным аналитических исследований, объем потребления мелованной бумаги в 2001 г. составил 50 тыс. т и возрос по сравнению с

2000 г. не менее чем на 30%. При этом потребность рынка в 2001 г. колебалась в пределах 100–120 тыс. т. В 2002 г. тенденция сохранилась с той лишь поправкой, что типографии повысили свои «аппетиты» на 40%.

Бумажные оптовики сумели поставить печатникам не менее 70 тыс. т мелованных бумаг, но истинная потребность возросла в соответствующей пропорции. Такая ситуация обусловлена не только притоком заказов в типографии, но и значительным увеличением парка печатного оборудования. Здесь, рассматривая только новые машины, можно предположить, что усредненная мощность российских типографий возросла на 25%.

2: Около 20%.

3: К сожалению — да. Весьма отратно, что мы научились говорить об этом открыто. Научились и бороться. Во всяком случае, компания «Александр Браун» в минувшем году провела ряд результативных мероприятий, осложняющих жизнь «серым» импортерам. В 2003 г. эта политика получит дальнейшее развитие.

4: Существенно вырос. Тут, безусловно, необходимо заметить, что потребитель стал более разборчивым. Мне представляется, что причин две. Во-первых, это профессиональный рост самих потребителей бумаг. Во-вторых, активная работа бумажных оптовиков, которые не только продают, но и следят за развитием рынка, оперативно реагируют на его потребности.

MAP PAPER

1: 50–70 тыс. т.

2: Менее 10%.

3: Нет.

4: Вырос.

СРЕДСТВА МЕНЯЮТСЯ ЦЕЛИ ОСТАЮТСЯ

Компания Agfa-Gevaert более ста лет удерживает передовые позиции в технологии обработки изображений. На основе собственных ноу-хау в фотографии Agfa разработала комплексные системы для обработки изображений в допечатных и печатных процессах. Agfa предлагает удобные комбинированные системы, в которых соединены знания в области фотохимии и цифровых технологий. В сфере информационных и коммуникационных технологий, а также бизнеса и развлечений более ста лет мы являемся надежным партнером.

AGFA 

**Официальные партнеры
Agfa Gevaert в России:**

Фототехнические пленки
Офсетные пластины
Допечатное оборудование

Терем

(095) 956 0404, (812) 327 1031

Мак Центр

(095) 956 3211

Легион Групп

(812) 327 3129, (095) 234 2726

Паритет

(095) 792 5090

Сибирский успех

(3832) 660 839

Комлайн

(095) 913 8394

СКД

(095) 282 4146

Московское представительство Agfa Gevaert: тел. (095) 234 2101



ФОТО: M-REAL

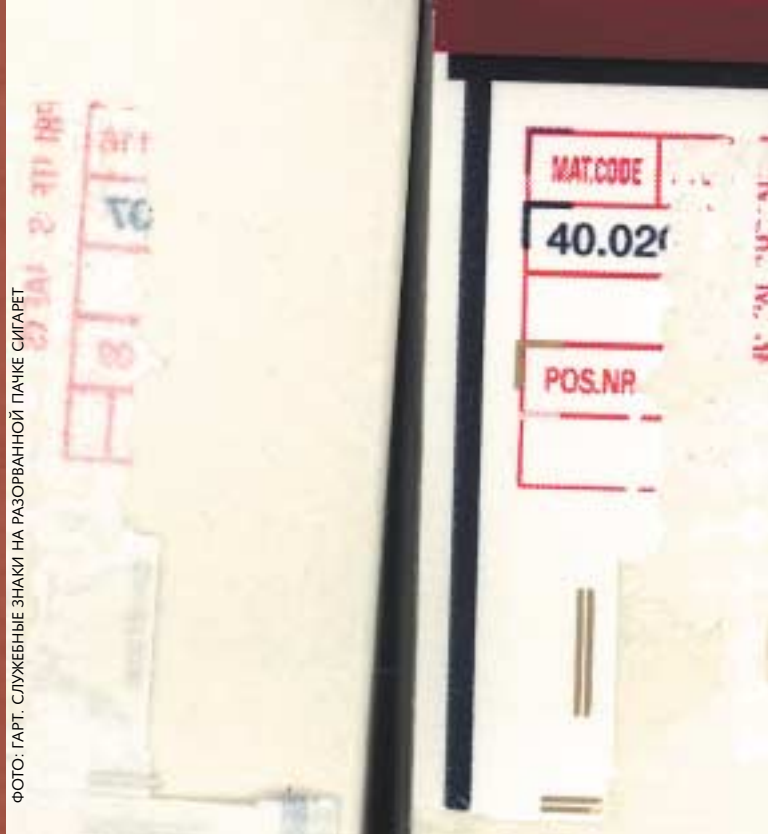
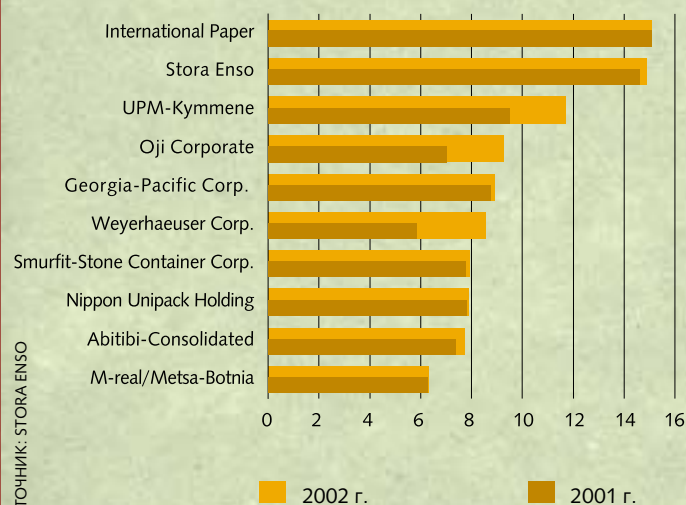


ФОТО: ГАРТ. СЛУЖЕБНЫЕ ЗНАКИ НА РАЗОРВАННОЙ ПАЧКЕ СИГАРЕТ

Производители

Год назад мы уже приводили информацию об основных производителях бумаги и картона. Сегодня ситуация несколько изменилась, а некоторые компании передвинулись даже на несколько позиций. Еще раз напомним, что в этой расстановке сил учитывается производство всех видов бумаги и картона. По мелованной бумаге, например, ситуация существенно отличается. Понятно, что на данном этапе основная борьба разворачивается за китайский рынок. Ведь потребление этого вида бумаги в Китае составляет 1,7 млн т, и обещает расти высокими темпами. К сожалению, объем потребления той же мелованной бумаги в России даже меньше, чем, например, в такой стране Юго-Восточной Азии, как Таиланд.

МОЩНОСТИ КРУПНЕЙШИХ МИРОВЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БУМАГИ (млн т)

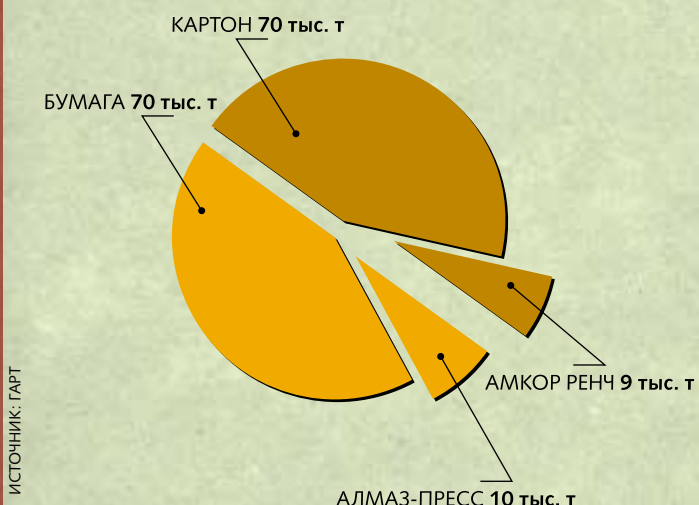


Потребители

Кто же потребляет импортируемые в Россию мелованные бумагу и картон? Что касается первой, то крупнейшим ее импортером на протяжении последних лет является журнальная типография «Алмаз-Пресс». Среди остальных двадцати крупнейших импортеров типографии пока в явном виде не присутствуют, зато много «таможенных брокеров», работающих, видимо на российских бумажных оптовиков.

Ну а основными потребителями картона являются, как и положено, производители упаковки, безусловный лидер среди которых — новгородский «Амкор Ренч». Правда, не так уж далеко отстают от него по объемам потребления «Акерлунд и Раузинг Картон Кубань» и другие крупные упаковщики.

ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ МЕЛОВАННЫХ БУМАГ И КАРТОНОВ В ОБЩЕМ РОССИЙСКОМ ИМПОРТЕ (январь-июнь 2002 г.)



Совсем закрытый рынок

Если в производстве полиграфической продукции и в потреблении бумаги России принадлежит не очень большая доля мирового рынка, то вот по сигаретам мы опережаем многих. В общем объеме мирового производства этой продукции, который составляет около 5,5 триллионов шт., Россия занимает почетное третье место — у нас изготавливается 375 млрд сигарет. Конечно, не все эти сигареты выкуриваются в России, много продукции идет на экспорт в страны СНГ.

Сколько нужно пачек для их упаковки? Простым делением на 20 получаем почти 19 млрд шт. Если не принимать во внимание сигареты в «мягкой» пачке, которых выпускается явно меньше, то для производства сигаретной упаковки требуется около 100 тыс. т картона, которые необходимо еще и запечатать.

Мы попробовали поговорить об этом рынке с различными участниками про-

цесса производства, но все они, то ли из-за занятости, то ли по какой-то иной причине, ушли от ответа на наши вопросы. Среди уклонившихся, кстати, были наши очень хорошие знакомые. Видимо, на этом рынке все не так просто. Да и немудрено, ведь объем продаж сигарет, произведенных в России — это миллиарды долларов, а практически все производство контролируется международными табачными компаниями.

Мы решили не «давить» на знакомых, а попробовать найти ответы на волновавшие нас вопросы самостоятельно. И наше внимание обратилось на более или менее подтвердившую свою актуальность таможенную статистику.

Итак, главный производитель сигаретных пачек в России — видимо, новгородский «Амкор Ренч». Такой вывод мы сделали на основе анализа данных таможи, судя по которым, именно эта компания является крупнейшим потребителем «нужных» сортов картона и потребляет его год от года все больше и больше. Если за весь 2001 г. было импортировано 10 тыс. т картона, то в этом году та-

кой объем завезли уже в первые семь месяцев.

Что же это за предприятие с явно нерусским названием? Начать надо, видимо, с начала. Пачка всегда являлась неотъемлемой частью сигарет. Ее придумали сами производители табачных изделий, и изготавливалась она сначала на той же самой табачной фабрике, что и ее содержимое. Но в последнее время стало понятно, что с появлением предприятий, специализирующихся на изготовлении упаковки, дешевле производить на табачной фабрике только сигареты, а упаковку для них заказывать на стороне.

Фирма Amcor — один из ведущих производителей упаковки в мире, причем занимается он не только упаковкой из картона, но и стеклотарой, и металлическими банками. Amcor владеет заводами в 36 странах, объем продаж упаковки составляет более 4 млрд долл. Из них около 30% приходится на европейские страны, где у Amcor 65 производств. Еще недавно, кстати, доля продаж в Европе была существенно меньше.

Подразделение Amcor Rentsch Europe — лидер в производстве сигаретной упаковки в своем регионе. У этой компании есть производства в восьми европейских странах, среди которых и Россия. В годовом отчете Amcor отдельно отмечен высокий рост объемов производства в России. На заводе этой фирмы в нашей стране (имеется в виду «Амкор Ренч») установлена уже третья линия по производству упаковки.

Сколько же пачек сходит с конвейера «Амкор Ренч»? Мы можем лишь грубо оценить эту величину, исходя из объемов импорта картона. В 2001 г. импорт составил 10 тыс. т, что предположительно соответствует 10% российского рынка сигаретных пачек, то есть немного меньше двух млрд шт.

Где же печатаются остальные 90% сигаретных пачек? Видимо, политика крупных табачных компаний сродни политике крупных издательских домов. Кто-то часть печатает здесь, а кто-то — только в дальнем зарубежье.

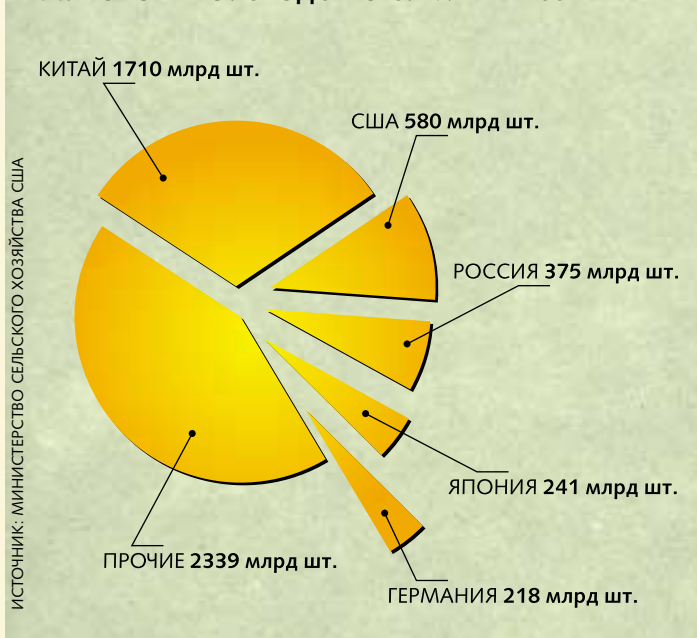
Скорее всего, одна из причин такой ситуации заключается в цене картона, которая в России существенно выше. Другая причина — отсутствие мощностей по производству этого вида упаковки. Только небольшую часть всего объема составляют пачки, которые можно напечатать на листовых машинах. Обычно же сигаретная пачка печатается на специализированных рулонных линиях, совмещающих секции глубокой печати с устройствами лакирования, ротационной высечки и конгревного тиснения, основной производитель которых — одна известная швейцарская фирма.

Можно, конечно, попробовать рассчитать, сколько листовых машин нужно, чтобы удовлетворить потребности России в сигаретных пачках, но скорее всего, основная загвоздка возникнет не с печатью, а с высечкой такого объема продукции. Ведь это более 670 млн листов формата 70×100 см!

В общем, чем больше мы интересовались этой темой, тем больше понимали, что все непросто, ведь требуются не только особенные сорта картонов, но и фольга, и пленка. И объемы потребления всего этого у табачной индустрии России тоже соответствующие. Кроме того, для вырубki сигаретной пачки нужны специальные ротационные вырубные штампы, которые в России не производятся.

Хотелось бы отметить, что сигаретная упаковка — очень большой рынок, подавляющая часть которого принадлежит зарубежным производителям. Так сложилось исторически, но может быть, что-то изменится.

МИРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО СИГАРЕТ В 2002 г.



Все ли просто?

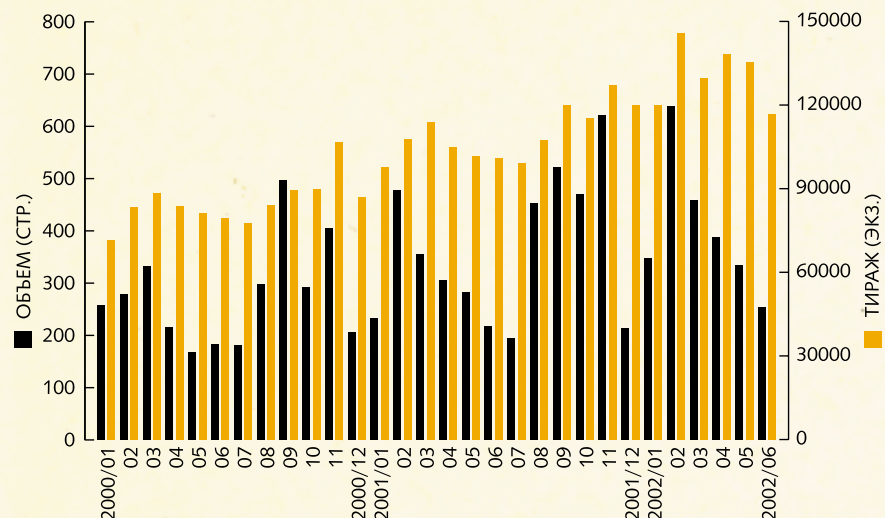
В отличие от сигаретной упаковки, на рынке журнальной продукции установленные в России мощности уже покрывают не менее половины потребности. Правда, и перспективы роста журнального рынка совершенно другие. Запретительные меры по рекламе табачных изделий, различные кампании против курения приведут к тому, что потребление табачных изделий будет снижаться. А журналы? Вспомните, ведь в нашей стране не только пьют и курят. Когда-то она была самой читающей...

«В тамошнюю землю палку воткнешь — вырастет дерево». Таковы результаты исследования рынков журнальной продукции, проведенные международной ассоциацией издателей журналов. Тех самых «тамошних» земель осталось всего две. Это Китай и Россия. Только там и у нас прогнозируется существенный рост журнального рынка.

Это подтверждается, например, тем, что ИД «Бурда» после прекращения проекта Fit For Fun достаточно быстро начал выпускать несколько новых журналов.

Одним из них стал женский журнал Mini, посвященный моде, здоровью, культуре, путешествиям, психологии и карьере. Кстати, главная особенность нового издания в том, что Mini, в отличие от других журналов, легко помещается в дамской сумочке и даже в кармане куртки. Формат издания, близкий к A5, должен создать ему популярность среди читательниц, пере-

ИСТОРИЯ ОДНОГО ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛА



двигающихся по городу на метро. Решение относительно формата — настолько оригинальное, насколько и очевидное: розничная торговля у станций метрополитена является одним из самых эффективных методов распространения изданий такого рода, кроме того, читать журнал большого формата в переполненном вагоне метро не всегда удается.

Еще одна новинка ИД «Бурда» — молодежное издание под названием «Круто», которое позиционируется как «остросоциальное» и будет выходить ежемесячно типичным для «Бурда» тиражом в 300 тыс. экз.

Еще один новый журнал, «ТВ7». Это еженедельный телегид ИД «Бурда» с программой передач на неделю, каких на журнальном рынке сегодня уже немало.

«Бурда» не одинока, конкуренты не дремлют, на российском рынке появляются новые издательства. В качестве одного из примеров мы можем привести ИД «Логос-Медиа», о котором уже рассказывалось на страницах ГАРТ. Это издательский дом, входящий в группу «Логос», которая владеет несколькими сетями распространения печатной продукции. Еще один проект группы «Логос» — совместное с немецкой издательской группой Heinrich Bauer издательство «Бауэр-Логос». Его первым проектом стал женский журнал «Час для Вас», выпущенный в конце октября. В начале декабря на российском рынке молодежной прессы появился новый журнал «Браво», чье название является мировым брэндом, принадлежащим Heinrich Bauer. Журнал выходит с 1950 г., и в течение многих лет его главной темой была жизнь звезд, но потом издание «переквалифицировалось» в молодежный журнал с преимущественно музыкальной ориентацией. Вот уже в течение 20 лет Bravo является одним из самых популярных юношеских журналов в мире. Сейчас он издается в 8 странах общим тиражом 2,2 млн экз. Тираж российской версии «Браво» составит 200 тыс. экз.

Кстати говоря, у слова «популярный» несколько значений. Одно, например, характеризует стиль изложения и означает, что язык и тематика издания доступны широкой аудитории вне зависимости от уровня интеллекта. Второе можно перефразировать как: «известный, любимый многими». Хорошо, если они совпадают... Для еще одной иллюстрации динамики развития российского рынка журналов мы предлагаем статистику по одному типичному глянцево-му журналу.

Вкладочно-клевно-резальный аппарат Müller Martini 335 запущен в декабре 2001 года

AUGUSTBORG
ТИПОГРАФИЯ

ВШРА Müller Martini 335 – это возможность быстрого и качественного изготовления любых тиражей брошюр и журналов на скрепке до формата A3+

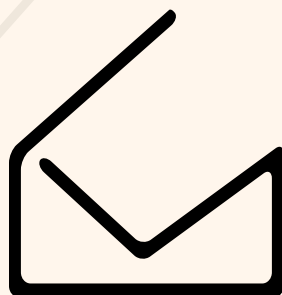
- Количество секций самонавала – 6
- Двухмиллиметровый формат – 105х148 мм
- Максимальный формат – 320х480 мм
- Производительность – до 8 000 экземпляров в час

ПРОВОПОКОШВЕЙНОЕ СКРЕПЛЕНИЕ НА ВШРА

Полноцветная офсетная печать до формата A1+ • Клеевое бесшовное скрепление • Проволокошвейное скрепление на ВШРА • Ниткошвейное скрепление

www.augustborg.ru
Типография «Август Борг», г. Москва, ул. Верония Первомайская, д. 47, корп. 11
Тел: (095) 105 1112 (многоканальный) Факс: (095) 563 0365
E-mail: mail@augustborg.ru

самые нефигтивные мероприятия



объединенная
рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$ **300** *

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 полутора лет. База данных постоянно обновляется и содержит не менее 4200 персональных получателей.

специальные
рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$ **0,5** *

ЗА ОТПРАВКУ ОДНОГО ЛИСТА
А4** ПО ВЫБРАННОМУ ИЗ БАЗЫ
ДАННЫХ АДРЕСУ. ВЫБОРКА
НЕ МЕНЕЕ 600 АДРЕСОВ.
НЕ ВКЛЮЧАЕТ ЦЕНУ КОНВЕРТА



DIRECT VIP

\$ **1,5** *

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ



GART DIRECT

107140, Москва, Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217

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

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

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100.
СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

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



Hot Line сбыт
(095) 742 45 55

PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Speedmaster SM 52 –

Heidelberg Speedmaster SM 52 предлагает качество и универсальность для самых взыскательных клиентов.

технология Вашего успеха

Высочайшая степень автоматизации и интеграция в Workflow производства, а также возможность получения

15.000 оттисков в час при одно- и двухсторонней печати - позволяет выпускать большие тиражи при стабильном

качестве. Heidelberg Speedmaster SM 52 устанавливает самые высокие стандарты в формате 35x50 см!

ООО «Гейдельберг СНГ»

Hot Line сбыт: (095) 742 45 55

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

www.ru.heidelberg.com, E-mail: hoc@ru.heidelberg.com

HEIDELBERG