

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 12(42) ■ ДЕКАБРЬ 2003

**РЫНОК
БУМАГИ**

с. 22



В НОМЕРЕ:

ПОКА НЕ КОНЧИЛАСЬ БАТАРЕЙКА	3
НОВОСТИ	16
DRUPA 2004	18
СКРОМНАЯ СТРАНА С НЕОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ	20
БУМАЖНАЯ МЕЛЬНИЦА	21
РЫНОК БУМАГИ	22

Конкуренция существует, и это хорошо, потому что если сидеть на месте, то рынок, развиваясь, может не учесть ваших интересов

В. Ларин (с. 7)

Клиенты хотят разнообразия, а мы, как бумажный оптовик, обязаны учитывать их потребности

Т. Мосина (с. 8)

Мы только в России впервые узнали, что газетную бумагу можно использовать для производства книг

М. Печке (с. 10)



Михаэль ПЕЧКЕ

Ярославский полиграфический комбинат
Генеральный директор

Ярославль

ГАРТ: Михаэль, сегодня концерн Bertelsmann — владелец контрольного пакета акций Ярославского полиграфкомбината. А с чего все началось?

М. П.: Еще в начале 90-х гг. мы готовили проект о создании в России совместного предприятия с издательством «Просвещение». Проект должен был объединить три комбината, специализировавшихся на производстве учебников — в Смоленске, Саратове и Твери.

Но государство к тому моменту было уже не в состоянии финансировать печать учебной литературы на таком уровне, как раньше, а в 1993 г. Верховный Совет принял решение, запрещающее приватизацию полиграфкомбинатов, поскольку они являются «инструментами власти». Однако в процессе работы над этим проектом нам удалось наладить много контактов.

(Продолжение на с. 10)



Анастасия ВЫСОТКИНА

Группа компаний «Регент»
Генеральный директор

ГАРТ: Анастасия, этот номер ГАРТ посвящен тенденциям российского бумажного рынка. Скажите, как идут продажи в этом году?

А. В.: Если говорить о листовой мелованной бумаге, то продажи идут нормально, причем во второй половине года наметился существенный рост. Я считаю, что он связан с выборами.

ГАРТ: То есть, российский рынок листовой мелованной бумаги почти достиг своей точки насыщения, и существенный рост его возможен только благодаря таким событиям, как выборы?

А. В.: Я бы с Вами не согласилась. Потребление листовой бумаги будет продолжать расти, по моим оценкам, в два раза опережая рост российского валового внутреннего продукта. Если рост ВВП сегодня составляет 7%, значит, бумажный рынок вырастет на 14%.

(Продолжение на с. 4)

мелованная
бумага

UPM *finesse*

ФОРМАТЫ

НА ЛЮБОЙ



47 x 65

50 x 70

62 x 94

64 x 90

70 x 100

72 x 104 и др.

ВКУС!

поставщик

КОМУС
П С Б К

www.bumaga.komus.ru

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:

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

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

Телефон/факс: (095) 725 6001

Подписано в печать: 22.12.2003

Отпечатано в типографии «Август Борг»

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

Телефон: (095) 965 0319, 965 0320

Заказ № 4697

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2003

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

**ПОКА НЕ КОНЧИЛАСЬ БАТАРЕЙКА**

Хотелось бы сразу поздравить читателей с Новым Годом. Пусть он будет для российской полиграфии лучше, чем предыдущий. Декабрьская полиграфическая суматоха закончилась, настало время подумать о будущем. Все-таки, с Нового года многие стараются начать новую жизнь.

Мы новую жизнь начали раньше: в начале декабря переехали в новый офис. Казалось бы, что тут такого? Это же не типография с десятком машин, а небольшое издательство, в котором работают меньше 20 человек. Но переезд — он в любом случае переезд, и неразбериха, которая с ним связана, возникает вне зависимости от масштаба переезжающей компании. Нам тоже не удалось ее избежать. Я, например, пишу это вступительное слово на ноутбуке, заряд батареи которого заканчивается.

Но это — не самое страшное последствие переезда. Куда серьезнее задержка с рассылкой предыдущего номера ГАРТ и потеря части вкладок типографии «Иван Федоров». Я надеюсь, что нас все-таки простят за это.

Вообще же новый офис — это здорово. Он почти в два раза больше предыдущего, находится в тихом месте недалеко от Преображенской площади. Продолжаются работы по реконструкции, правда, теперь уже в другой части здания. Там разместится, по всей видимости, учебный центр «Курсив». Мы решили принять более активное участие в подготовке кадров для полиграфии. Конкретных планов пока нет, но работа над ними идет.

Пока не кончилась батарея, хотелось бы сказать и о планах на следующий год. Они у нас — грандиозные: мы не собираемся ничего менять. ГАРТ останется ГАРТом с очень похожей на прошлогоднюю тематикой номеров. Возможно, мы станем чаще бывать в региональных типографиях, поскольку там происходит много интересного. Например, в этом номере есть два интервью с ярославскими полиграфичес-

кими производствами, которые мы посетили в декабре.

Новый год станет годом очередной выставки dtpa, а обычно это означает активное развитие полиграфии. Надеюсь, что такая традиция в 2004 г. сохранится, и мы увидим много нового в Дюссельдорфе и услышим о новых успехах производителей полиграфического оборудования на российском рынке. Ведь несмотря на то, что бумаги у нас запечатывается не очень много, наш рынок остается на сегодня одним из самых перспективных в мире. Насчет страны неограниченных возможностей — на одной из следующих страниц.

Этот номер посвящен бумаге. Мы опять подсчитали ее импорт и попробовали согласовать наши данные с данными продавцов и производителей. В целом особых расхождений нет, и это хорошо. В декабре, кстати, разрешилась интрига последнего полугодия: договорятся «Регент» и Antalis или нет. Они договорились.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ЯНВАРЬ 2004:
ЗАКАЗЧИКИ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ
ПРОДУКЦИИ

ФЕВРАЛЬ 2004:
ТЕХНОЛОГИИ СТР

МАРТ 2004:
ЭТИКЕТКА

АПРЕЛЬ 2004:
ДИЗАЙН И БИЗНЕС

AUGUSTBERG

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

Комус
ПСБК

Бумага мелованная матовая
UPM Finesse 300 Silk плотностью
130 г/м² предоставлена фирмой
«Комус»



Конверты для рассылки
предоставлены фирмой «Берег»

Анастасия ВЫСОТКИНА
(Продолжение. Начало на с. 1)

Промышленность продолжает развиваться, полиграфия — тоже. Сегодня никого не удивить просто календарем или годовым отчетом, поэтому все чаще используются нестандартные креативные идеи и решения, которые позволяют фирме выделиться среди других. Маркетинг становится все более изощренным, растет количество промоушн-акций. А чтобы оповестить о такой акции, нужна печатная продукция, причем высококачественная, иначе она сразу отправится в мусорную корзину. Все это обуславливает рост потребления высококачественных бумаг. И мелованных, и, безусловно, дизайнерских.

ГАРТ: ГК «Регент» продает очень много этикеточной бумаги. Как Вы считаете, ее потребление в России уже достигло своего пика?

А. В.: По всей видимости — да. Всех потребителей этикеточной продукции, которых можно было «перетянуть» из за рубежа, уже «перетянули». За границей остались те, кого не устраивает либо качество производимой в России продукции, либо сроки, которые наши типографии могут обеспечить, либо цены, которые из-за таможенных пошлин могут оказаться выше, чем за границей.

Но объем продаж этикеточной бумаги может существенно возрасти, когда в России появятся этикеточные производства, способные удовлетворить запросы этих потребителей. Это будет начало нового передела рынка.

ГАРТ: Кстати, одно консалтинговое агентство оценило рынок этикеточной

бумаги 2002 г. в 75 тыс. т. Это соответствует Вашим расчетам?

А. В.: Нет, 75 тыс. т — это, конечно, перебор. По нашим оценкам, он не превышает 40 тыс. т.

ГАРТ: С точки зрения прибыльности этикеточная бумага, видимо, не самый выгодный для бумажного оптовика товар?

А. В.: И этикетки, и упаковка составляют существенную долю в себестоимости продукции, эта доля жестко контролируется, и любой производитель старается ее снизить. В связи с этим, картоны и этикеточные бумаги являются на сегодня низкомаржинальной продукцией для бумажного оптовика. Этот рынок — очень конкурентный.

ГАРТ: Да и для типографий печать этикеток, видимо, далеко не самый прибыльный бизнес.

А. В.: Я хочу сказать, что в последнее время на этикеточном и упаковочном рынках наблюдается сужение специализации полиграфических предприятий. Они оптимизируют свои производственные процессы под конкретную продукцию. Появляются типографии, основной специализацией которых является этикетка, те же, у кого эта продукция занимала лишь часть объема работ, постепенно с этикеткой заканчивают.

В производстве рекламной продукции такого ценового прессинга пока нет. Понятно, что и бумажные оптовики тоже чувствуют себя намного более уверенно на рынке листовой бумаги, чем в этикеточно-упаковочном секторе.

ГАРТ: Еще бы, ведь и этикеточную бумагу, и картон крупные потребители

закупают сегодня напрямую у европейских фабрик?

А. В.: Что касается прямых поставок бумаги и картона, то типографии в этом вопросе придерживаются разных стратегий. Есть те, которые практически все импортируют самостоятельно, а у оптовиков покупают только в случае непредвиденных обстоятельств. А есть и крупные производства этикетки и упаковки, которые покупают только у оптовиков. У них свой резон, ведь мало кто имеет много оборотных средств.

ГАРТ: Но крупные упаковочные производства, видимо, получают от производителей бумаги кредитные условия, похожие на условия бумажных оптовиков?

А. В.: Но таможня-то кредитов не дает! Кроме того, кредита производителя бумаги не всегда бывает достаточно. Нам часто приходится кредитовать даже крупных потребителей бумаги за свой счет.

ГАРТ: Мы опять, как и в предыдущих интервью с Вами, возвращаемся к вопросу о том, почему не появляются новые бумажные оптовики? Может кто-то, имея для начала, например, 1 млн долл., прийти на этот рынок и создать нового бумажного оптовика?

А. В.: Я бы сказала, что с такой суммой можно создать «бумажного оптовика». Если говорить серьезно, то этого, конечно, мало. Можно завезти несколько вагонов бумаги для крупной типографии и ждать, когда она заплатит. А вдруг не заплатит? Ведь страна у нас непредсказуемая. Проще положить эти деньги в банк и получать по ним проценты.

Суть любого оптовика в том, что он продает бумагу со склада. Если у вас есть склад, то вы оптовик. Но склад в данном случае — не просто оборудованные помещения. Необходимо со-

InitPress
Тел.: (095) 745-05-09,
257-34-49, 257-33-90

восстановлено в Германии

www.initpress.ru



ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ, а также:

резки, фальцовки, прессы,
системы увлажнения воздуха

init@ekonomika.ru



HEIDELBERG
BOBST  **wolpert**  **zollner**

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА
НА «БУМАЖНЫЕ»
ГАРТ и GART digital

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

здать инфраструктуру, нужны мощные системы информации, логистики, обслуживания клиентов. Я полагаю, что на сегодняшний день цена входа на этот рынок — не один и даже не несколько миллионов долларов. Она существенно выше.

ГАРТ: Чем занимается сегодня «Содружество бумажных оптовиков»?

А. В.: На сегодняшний день одной из важнейших задач является создание при СБО аналитического центра, который будет заниматься исследованиями рынка. Ведь в будущем году произойдут, по всей видимости, существенные изменения в налоговой политике государства. Нам необходимо быть готовыми к этому и заранее просчитать, какое влияние это окажет на наш бизнес и насколько негативным будет эффект. Аналитический центр должен посчитать и объемы импорта готовой печатной продукции, чтобы сделать прогноз развития рынка.

ГАРТ: Есть планы по переходу на евро?

А. В.: Мы-то к этому готовы, но сначала наш рынок должен перейти на эту валюту.

ГАРТ: В заключение давайте поговорим о «Меморандуме о понимании». Что это за документ и какое значение он имеет для ГК «Регент»?

А. В.: Мы действительно подписали такой меморандум с компанией Antalis — крупнейшим европейским дистрибьютором бумаги и товаров для обеспечения бизнеса. Этот документ послужит основой для образования совместного предприятия, которое усилит позиции «Регент» и расширит присутствие Antalis на российском рынке. В течение февраля-марта 2004 г. будет подписан пакет документов, в которых условия образования совместного предприятия будут оговорены более детально.

Мы намерены расширить ассортимент за счет брендов Antalis и, благодаря использованию know-how европейского оптовика в области организации логистики, улучшить качество предоставляемых услуг. Группе компаний «Регент» сотрудничество с Antalis, безусловно, обеспечит более высокую конкурентоспособность. Эта компания имеет годовой оборот в 2,4 млрд евро и занимает четвертое место в мире в своем секторе рынка. «Регент», в свою очередь, готов к тому, чтобы представлять интересы Antalis в России.



БУМАЖНОМУ ОПТОВИКУ ВИДНЕЕ

Хитом уходящего года среди мелованных бумаг ГК «Регент» назвала бумагу «Пауэр» от крупнейшего южнокорейского производителя Shinho Paper. В России «Пауэр» был представлен в марте 2003 г. Популярной на рынке полиграфических материалов Москвы и регионов за столь короткий срок бумага стала благодаря оптимально сбалансированным техническим характеристикам.

Показательно, что для создания своего нового календаря «Красота внутри...» и новогодних открыток ГК «Регент» выбрала именно эту чистоцеллюлозную мелованную бумагу, которая показала прекрасные результаты при полноцветной печати, покрытии ароматизированным лаком и всей послепечатной обработке.



С Новым 2004 годом!


РЕГЕНТ-АРТ
ТОРГОВАЯ СИСТЕМА

*«Регент-Арт»
поздравляет всех своих клиентов,
друзей и партнеров со светлыми
новогодними и рождественскими
праздниками!*

*Мы желаем процветания и успеха,
новых творческих побед
и покорения еще неосвоенных вершин бизнеса!
Пусть удача сопутствует
во всех ваших делах,
а несбыточные мечты найдут
воплощение в жизни!*

Торговая система «Регент-Арт»:

Москва: (095) 789-80-34

Поставки в регионы: (095) 956-6623, 956-6624

Филиалы ГК «Регент»:

Алматы: (+7 3272) 44-2424 Екатеринбург: (3432) 56-1235

Казань: (8432) 43-9401 Киев: (+380 44) 458-2965

Краснодар: (8612) 22-7294 Минск: (+37 517) 228-73-74

Н.Новгород: (8312) 31-3100 Новосибирск: (3832) 12-5800

Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522 Самара: (8462) 35-3741

Санкт-Петербург: (812) 320-7170 Саратов: (8452) 45-9669

Тверь: (0822) 55-1116 Тула: (0872) 35-5736 Уфа: (3472) 32-9888

www.regentart.ru



**Владимир
Федорович
ЛАРИН**
UPM
Глава
представительства

ГАРТ: Владимир Федорович, ситуация на российском бумажном рынке является неким показателем, по которому можно судить о состоянии полиграфической отрасли в целом. В связи с этим хотелось бы узнать, как идут дела у UPM-Куммене?

В. Л.: Сразу хотел бы поделиться новостью: с начала 2004 г. корпорация UPM-Куммене будет называться UPM. Это более компактное и легкое в произношении на многих языках название. Официально зарегистрированное имя компании UPM-Куммене Corporation, а также зарегистрированные наименования ее подразделений, останутся неизменными.

Дела у UPM идут хорошо, бизнес развивается. Конечно, в Европе конъюнктура не самая благоприятная для продавцов бумаги, но уже имеются первые признаки оживления. Надеюсь, что следующий год будет более успешным.

ГАРТ: Но это в Европе.

В. Л.: Да, в России ситуация несколько иная, мы очень сильно отстаем в потреблении бумаги на душу населения. В Европе оно оценивается в 220–300 кг в год, у нас же — всего 22 кг. Причем это средняя цифра, а значит, на периферии потребляется еще меньше. Однако хотелось бы отметить, что в регионах наблюдается прогресс — появляются новые средства массовой информации, новое полиграфическое оборудование. Это позволяет говорить о хороших перспективах.

Кстати, это справедливо не только в России. Мы продаем бумагу и в страны

СНГ. Могу сказать, что достаточно крупным рынком полиграфических бумаг является на сегодня Средняя Азия, самый же большой потребитель в этом регионе, наверное, Узбекистан.

ГАРТ: Мы неоднократно подсчитывали объем российского рынка мелованных бумаг и отслеживали динамику его развития, и в первой половине этого года рост не превысил 10%. В чем же тут дело?

В. Л.: О достоверности оценок рынка в целом я судить не берусь, но у меня есть данные о наших объемах продаж. Могу сказать, что во второй половине года рост был значительным, хотя в первые месяцы он действительно составлял около 10%. Все зависит от того, какие периоды и какие статьи ассортимента сравнивать.

ГАРТ: А если попробовать проследить динамику отдельно по листовой мелованной бумаге, на которой работает большинство типографий?

В. Л.: Здесь все примерно так же, как и с общим объемом продаж. Могу сказать, что во второй половине года рост в этом секторе составил несколько десятков процентов.

ГАРТ: Как вы думаете, в чем главная причина?

В. Л.: Мы пытались анализировать эти данные и пришли к выводу, что причина, скорее всего, в положительной конъюнктуре рынка. Иногда этот рост связывают с выборами. Так это или нет, мы сможем увидеть не раньше, чем во втором квартале следующего года, поскольку в марте нас снова ожидают выборы.

По моему мнению, свою роль здесь сыграли несколько факторов, но вот в какой пропорции, это покажет время.

ГАРТ: Но число дилеров у вас при этом не увеличилось?

В. Л.: Нет, у UPM ограниченное число дилеров, и мы его не расширяем. Увеличилась именно их объемы. В любом случае, спрос в конце года всегда возрастает. Если обычного запаса хватает на стандартный запрос, то количество бумаги, которое может потребоваться в конце года, непредсказуемо, поэтому все оптовики стремятся завезти побольше.

ГАРТ: Раньше взаиморасчеты российских оптовиков с производителями бумаги осуществлялись в долларах. Теперь все переведено на евро?

В. Л.: Нет, используется и та, и другая валюта.

ГАРТ: Когда мы считали рынок в прошлом году, импорт мелованных бумаг, включая этикеточную, составлял около

140 тыс. т. Получается, что листовой бумаги было завезено всего около 50 тыс. т?

В. Л.: Нет, думаю, несколько больше. Но, как вы понимаете, это только предположения, потому что точную цифру можно получить, опираясь на полные данные, а в России не все может быть учтено. Даже таможенная статистика не всегда помогает выявить истинное положение дел. Однако по моим подсчетам листовой мелованной бумаги должно быть не менее 70 тыс. т. Правда, я сейчас говорю о 2003 г., а в прошлом году, возможно, было и 50 тыс. т.

ГАРТ: Такой серьезный рост за год по листовым бумагам?

В. Л.: Пока нет официальной статистики за последний квартал, сравнивать что-то не имеет смысла. Хотя, я думаю, результаты будут самые оптимистичные. И не только по листовым бумагам.

ГАРТ: Наметилось оживление в секторе рулонных бумаг? Но ведь крупные предприятия, работающие на рулонной бумаге, можно пересчитать по пальцам!

В. Л.: Это верно, но потенциальные возможности роста объемов потребления легкомелованной рулонной бумаги гораздо выше, чем листовой, и для нас она является более перспективным направлением бизнеса.

ГАРТ: Еще несколько лет назад спрос на рулонные бумаги в России практически отсутствовал.

В. Л.: Это не совсем так. Всегда были Чеховский полиграфкомбинат, «Пресса», «Молодая Гвардия», Смоленск, Тверь, Кострома.

ГАРТ: Но они тогда почти ничего не печатали.

В. Л.: Да нет, они всегда печатали. Если есть машина, она не простаивает. Другое дело, на какой бумаге они печатали. Часто это была бумага без покрытия. Потом, с ростом благосостояния, спросом стали пользоваться более качественные продукты, и бумаги низкого качества постепенно замещались мелованными.

ГАРТ: В связи с этим такой вопрос: в прошлом интервью, два года назад, мы обсуждали теоретическую возможность строительства бумажной фабрики в России. В результате кризиса в Европе на российский рынок пришло множество европейских производителей бумаги. Может быть, уже пора установить в России бумагоделательную машину?

В. Л.: Вопрос в целесообразности строительства бумажной фабрики в России. Современная машина делает минимум

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

400 тыс. т бумаги в год. Мы пока не берем в расчет ни стоимость, ни логистические вопросы, хотя химия там должна поступать не со склада, а «с колес», и нужно, чтобы все работало четко, как часы. Возьмем только эту цифру.

Два года назад UPM построила фабрику под Шанхаем. Мощность машины — 350 тыс. т. Сейчас выделен бюджет на установку второй машины мощностью 450 тыс. т. Мы готовы участвовать и в развитии российского рынка, как только он потребует таких шагов. Но Вы сами привели статистику потребления бумаги. Представьте, что будет, если на этот рынок «вывалить» 400 тыс. т.

ГАРТ: Но существует мнение, что как только появится предложение менее дорогой бумаги, ее потребление резко возрастет.

В. Л.: Возможно. Вот, кстати, одно интересное наблюдение в подтверждение этой мысли: существенную долю загрузки многих новых типографий составляют издания, которых раньше на рынке просто не было. Они появляются не за счет перехода из западных типографий или от конкурентов, а именно благодаря появлению новых возможностей. Так что ситуация, когда

предложение стимулирует спрос, в России вполне вероятна.

ГАРТ: А что происходит с продажами офисных бумаг? Видимо, этот бизнес скоро пойдет на спад?

В. Л.: Безусловно, пропорция между импортной и отечественной офисной бумагой меняется в сторону последней, ведь в России ее производится уже более 100 тыс. т в год. Однако я не думаю, что импортная офисная бумага уйдет из России совсем, потому что всегда найдутся люди, которые захотят использовать именно ее, даже если качество бумаги российского производства будет абсолютно таким же. Так что этот бизнес вряд ли исчезнет совсем.

ГАРТ: Ну и последний вопрос: что Вы можете сказать о конкуренции на бумажном рынке? Она действительно жесткая, или все его участники, как выходцы из «Финпап», мирно поделили между собой сферы влияния?

В. Л.: То, что мы все были когда-то единой организацией, конечно, помогает. Но конкуренция существует, и это хорошо, потому что если сидеть на месте, то рынок, развиваясь, может не учесть ваших интересов.

БУМАГА, ПОХОЖАЯ НА ПЛАСТИК

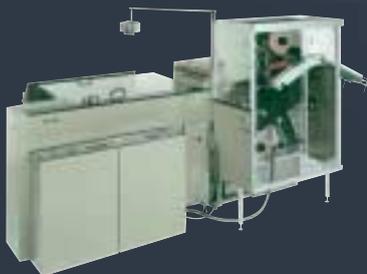
Ассортимент «Комус ПСБК» пополнила бумага Plike с необычными свойствами производства Gruppo Cordenons. Plike — производная от английских слов plastic и like. Ощущение прикосновения к пластиковой поверхности появляется благодаря особому составу покрытия.

Бумага представлена диапазоном плотностей от 90 до 330 г/м² и четырьмя цветами — белый, слоновая кость, красный и черный (тонирование в массе). Plike отлично зарекомендовала себя в Италии и других странах Европы. Она подходит для запечатывания офсетом, шелкографией, литографией, термографией, а также для тиснения фольгой, конгрева, покрытия офсетным лаком, УФ-лакирования, фальцевания и бигования. Печать на этой бумаге рекомендуется производить высококачественными красками для непитающихся поверхностей с добавлением трехпроцентного сиккатива или красками на основе растительного масла. Plike — эксклюзивный товар «Комус ПСБК», поэтому знакомство с ним может состояться только в московском офисе компании.

Blumer

Atlas — непревзойденная точность высечки

- Разделение пачек и обандероливание MaxiPack
- Технология высечки с противоштампом
- Модульная концепция
- Устройство загрузки полос
- Устройство поперечной резки полос
- Подключение к резальной машине on-line



Atlas D-18.M
Atlas 110
Atlas 115
Atlas 120
Atlas 125
Atlas 140
Atlas 200

В СЛОВАРЬ ПОЛИГРАФИСТУ

MaxiPack. Дает возможность формировать и обандеролировать пачки толщиной до 49 см (около 5000 этикеток). На современных этикетующих линиях скорость достигает 60 тыс. бутылок/час. Для таких линий требуются пачки не по 1000 или 1250 этикеток, а гораздо больше.

H.G.S
 GROUP

www.hgs.ru

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



**Татьяна
МОСИНА**
«Александр Браун»
Генеральный
директор

ГАРТ: Татьяна, мы пытаемся оценить состояние и перспективы российского бумажного рынка. Расскажите, как идут дела в этом году у вас?

Т. М.: Для нашей компании этот год оказался достаточно успешным. Судя по предварительным данным, объем продаж всех видов бумаг и картонов вырос на 20–25%, а это очень хороший показатель.

Но когда все хорошо, начинаешь задумываться о том, что что-то может случиться. Например, в конце прошлого года у нас возникли большие проблемы с доставками, потому что была нехватка вагонов и траков. Будем надеяться, что такого больше не произойдет. Очень тревожит дальнейшее падение доллара по отношению к евро, так как львиная доля поставляемых в Россию бумаг и картонов производится в Европе.

ГАРТ: Многие считают, что в начале года потребление бумаги оставалось практически на уровне 2002 г., а во второй половине наметился резкий рост. У Вас так же?

Т. М.: Не совсем. Если говорить о мелованных бумагах, то и в первой поло-

вине года мы отмечали рост на 10–15% по сравнению с прошлым. Но резко спрос на них начал расти в августе, достиг своего пика в октябре и пошел на спад к концу года. По нашему мнению, это может быть связано только с прошедшими выборами. Мы прогнозировали эту ситуацию и достаточно серьезно к ней готовились, создавали складские запасы. Но похоже, что несмотря на все усилия оптовиков, на рынке все-таки был неудовлетворенный спрос на мелованную бумагу. С этим ничего не поделаешь.

ГАРТ: Неужели не удалось подвести вовремя какие-то резервные запасы?

Т. М.: Не удалось, ведь бумажные фабрики находятся далеко, и их производство расписано по часам.

ГАРТ: На сегодня основной бизнес бумажных оптовиков — листовые мелованные бумаги?

Т. М.: Да, из мелованных бумаг листовые являются основным бизнесом. Мы предполагаем, что не менее 85% этих бумаг завозятся в Россию оптовиками. Остальное приходится на прямые поставки самих производителей.

ГАРТ: В ассортименте мелованных бумаг у «Александр Браун» основной поставщик — UPM?

Т. М.: Да, это наш ключевой поставщик, но мы также предлагаем бумаги Stora Enso. Все дело в том, что клиенты хотят разнообразия, а мы, как бумажный оптовик, обязаны учитывать их потребности. На рынке сегодня очень много новых бумаг. Есть и японские, и корейские. Наша бумага SnowArt производства концерна UPM уже много-

кратно подтвердила свое самое высокое качество, но есть клиенты, особенно в регионах, которые хотели бы покупать бумагу другой марки, даже несмотря на то, что она уступает, например, по белизне.

Кстати, региональные рынки развиваются, на наш взгляд, быстрее, чем московский. «Александр Браун» открыл в этом году два новых филиала — в Новосибирске и СПб.

ГАРТ: Интересно, и в СПб тоже удастся успешно работать?

Т. М.: Старт у нас очень неплохой, и я надеюсь, что в Северо-Западном регионе мы тоже сможем занять достойное место.

ГАРТ: Татьяна, а почему на нашем рынке не появляются новые оптовики?

Т. М.: Ну почему же не появляются?

Периодически возникают новые небольшие фирмы, предлагающие бумагу очень узкого ассортимента в небольших объемах. Это так называемые «фирмы-однодневки». Но если говорить об оптовике, вкладывая в это понятие наличие широкого ассортимента высококачественных сортов бумаги и картона на складах, сервис высокого уровня, консультации квалифицированных специалистов, помогающих подобрать нужную бумагу, одним словом, развитую товаро-проводящую сеть, охватывающую и региональные рынки, то таких компаний на рынке действительно немного, и сформировались они уже давно. Да и цена входа на этот рынок сегодня очень высока. Ведь мало просто привезти бумагу, необходимо обеспечить сервис на уровне

Компания "Александр Браун" желает Вам
счастливого Нового Года и Рождества!
Пусть удача и счастье будут рядом весь год!

105264, Москва, 9-я Парковая ул., д. 37, корп. 1. Тел.: (095) 737 6969, e-mail: post@abraun.ru, www.abraun.ru

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВСЬ
АРХИВ** **ГАРТ**

www.gart.ru

существующих оптовиков. А это означает, например, построить и оборудовать склады. Весьма недешевое удовольствие! К тому же одна из сервисных услуг на бумажном рынке — товарное кредитование клиентов — также требует привлечения серьезных ресурсов. Словом, бумажный бизнес — не самый простой, и необходимо взвешивать каждый шаг.

ГАРТ: Например, переход на евро?

Т. М.: Я считаю, что переход на евро — это вопрос времени. Кстати, по рулонным самоклеящимся материалам оптовики перешли на евро еще в начале этого года. Рынок воспринял это спокойно. Там, правда, не так много игроков, как на рынке бумаг для офсетной печати.

ГАРТ: Давайте поговорим о рынке рулонных самоклеящихся материалов, ведь продукция Raflatas составляет су-

щественную долю в продажах «Александр Браун»?

Т. М.: Да, и мы уделяем этому направлению большое внимание. Кстати, мы перевели терминал по резке самоклеящихся материалов из Черногловки в Реутов. Стало ясно, что для обеспечения оперативности необходимо быть ближе к клиентам. Кроме того, установили еще одну машину для резки материалов в Новосибирске.

Вообще, потребление самоклеящихся материалов в России продолжает расти. По нашим оценкам, в этом году рост составил 27–30%. Это очень хороший показатель. Рынок продолжает формироваться — уходят одни участники, приходят другие...

ГАРТ: Но ваша-то компания — один из старожилов. В 2004 г. «Александр Браун» отметит 10 лет.

Т. М.: Да, мы приближаемся к своему серьезному юбилею, ведь в рамках российского бизнеса 10 лет — это почтенный возраст. И мы хотим отметить это событие так, чтобы оно запомнилось и нам, и нашим партнерам — не только устроить праздник, но и добиться новых успехов в следующем, юбилейном, году.



80 ЛЕТ KOMORI

Торжество, посвященное 80-летию одного из ведущих производителей офсетных печатных машин, было организовано в декабре эксклюзивным дистрибутором Komori «ЯМ Интернешнл» и Московским государственным университетом печати. В нем приняли участие высокопоставленные гости, включая президента Komori Eugore Томиджи Китамуру.

На встрече прозвучали доклады о корпорации Komori, а также состоялась передача одной из первых моделей Komori в дар музею полиграфии МГУП. Несмотря на свой возраст, машина находится в рабочем состоянии, что и было продемонстрировано.

После-экспертиза, консультации, установка, сервис печатное оборудование

Основная пища гигантской панды – побеги бамбука. Одна панда съедает за день до 12,5 кг бамбука, включая побеги до 1,3 см толщиной. Кроме бамбука этот зверь ест другие растения, в основном различные луковичные, изредка ловит рыбу.



Автоматический высекальный пресс SBL 1050SE

Прессы для высечки и тиснения фольгой | фальцевально-склеивающие линии | машины для выборочного или сплошного лакирования | листовые кашировальные машины | машины для каландрирования | машины

рудование

для ламинирования листовой продукции | оборудование для изготовления конвертов и пакетов | листорезальные и бобинорезальные машины | автоматические обвязочные машины | крупноформатные листовые флексографские печатные машины | оборудование и линии по изготовлению гофрокартона



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

«НИССА Центр» Екатеринбург
тел.: (3432) 469-947

Бизнес-партнер:
«НИССА-Сибирь» Новосибирск
тел./факс: (3832) 106-035

nissacentre

ТЕХНОЛОГИЯ
ПАРТНЕРСТВА

Михаэль ПЕЧКЕ

(Продолжение. Начало на с.1)

Мы познакомилась с новыми частными издателями, в том числе и с издательством «Терра». Они печатали много книг в Германии, потом создали свой «Книжный клуб» по подобию Bertelsmann, и это направление тоже очень хорошо развивалось.

Потом «Терра» приобрела контрольный пакет акций полиграфкомбината. В июне 1994 г. я в первый раз приехал в Ярославль, чтобы посмотреть производство. Мы были готовы участвовать в этом проекте, но началась первая чеченская война, и он был отложен.

В 1997 г., когда мы возобновили бизнес с «Террой», книги печатались в Германии, а вот логистической системы, необходимой для профессионального обслуживания клуба, не было. Поэтому в марте 1997 г. было принято решение о создании в Ярославле экспедиционного центра. Строили очень быстро — 10 тыс. м² за три месяца. В августе 1997 г. уже работали.

После дефолта мы приняли решение о сотрудничестве с полиграфкомбинатом. Соучредителями стали в конце 1999-начале 2000 г., когда приобрели 24,5% акций. А с 2001 г. владеем контрольным пакетом.

ГАРТ: Если сравнить эти два проекта, что было сложнее?

М. П.: Строительство экспедиционного центра и руководство комбинатом различаются как день и ночь, потому что в первом случае всех менеджеров обучали с нуля, и все было построено так, как мы хотели. Люди сами принимали на себя ответственность, думали, оптимизировали производство. На комбинате же первое время все было по-советски: без моего личного распоряжения ничего не делалось. Каждый день мне приходилось подписывать горы бумаг! Мы не думали, что процесс перестройки внутри предприятия — такой длительный. А ведь от организации рабочих потоков зависит многое.

Сегодня все по-другому. Каждый заказ мы планируем вперед. Наши начальники цехов получают задания ежедневно. Работа каждой машины расписана по часам. На многих ли книжных производствах это делается? Видимо, ни на одном.

Когда мы начинали, на Ярославском полиграфкомбинате производилось 600–700 тыс. книг в твердом переплете в месяц. Сейчас мы делаем 2 млн экз. Конечно, комбинату повезло: от издательской группы «Терра» он получил

новую линию Kolbus. Такой и сейчас больше ни у кого нет.

ГАРТ: Комбинатов, которые печатают 2 млн книг в месяц, в России всего три-четыре.

М. П.: Да, и качество этих книг ниже, чем у нас. Но что можно сказать, если их все равно покупают?

Мы только в России впервые узнали, что газетную бумагу можно использовать для производства книг. Наши специалисты с таким никогда не встречались! Когда мы поставили здесь новую высокопроизводительную линию, оказалось, что большинство заказов с большими тиражами, которые можно привлечь, печатать надо на газетной бумаге. Хорошо, что мы смогли наладить машину для работы с ней, иначе нам бы не удалось загрузить ее.

Но кроме книг среднего качества, выполненных на газетной бумаге, мы печатаем и более качественные издания — на пухлой финской бумаге.

ГАРТ: Такая продукция востребована?

М. П.: Пока эта ниша рынка довольно узкая, но она постоянно расширяется, и это сейчас заметно — издатели переходят на более качественные бумаги и переплетные материалы.

В России всегда любили создавать домашние библиотеки, и в первую очередь внимание, конечно, уделялось авторам. Но ведь средний покупатель из глубинки просто никогда не видел качественную книгу! Ему не с чем сравнивать. Вот когда покупатель начнет обращать внимание на качество, тогда все и изменится.

Если говорить о массовой продукции, а не об альбомах, которые выходят тиражом в 500 экземпляров, то мы сегодня превосходим остальных по многим критериям. Мы возили образцы своей продукции на Франкфуртскую ярмарку, которую посещают многие издатели Европы. Они посмотрели на наши книги и сказали, что это уже качество, достаточное для скандинавского рынка. Такие книги можно уже продавать и в Великобритании. Для Германии, правда, этого пока недостаточно. Но мы можем с уверенностью сказать, что в следующем году начнем работать на экспорт. Запросы уже поступают. Конечно, надо понимать, что существенными становятся расходы на транспорт, но тем не менее, этот бизнес уже интересен с экономической точки зрения.

ГАРТ: Бумагу для печати качественных книг приходится ввозить?

М. П.: Да, и тут начинается борьба с бюрократией, потому что если мы импортируем бумагу и экспортируем кни-

ги, то мы не должны платить пошлины. Мы уже несколько раз добивались освобождения от пошлин на пухлую бумагу, которую ввозили из Финляндии, но проблема в том, что нет стабильности, и мы не уверены, что такая ситуация сохранится. А ведь цена бумаги отражается на цене книг.

ГАРТ: А кстати, какова ваша политика в плане цен?

М. П.: Сложный вопрос. Заказчики показывают цены других полиграфкомбинатов, но хотят получить мое качество.

ГАРТ: Видимо, после приватизации полиграфических предприятий у вас станет меньше конкурентов?

М. П.: Мы этого ждем, потому что государственные предприятия совершенно по-другому считают деньги. Есть такие, которые рассуждают: хоть бы на зарплату хватило. Поэтому демпинг очень высокий. Я только не понимаю, кто их купит!

Всем, в том числе и нашим заказчикам, хочется более высокого качества, а платить за него более высокую цену никто еще не готов. Но мы чувствуем, что все больше заказчиков приходят к нам за качественными изданиями. Они знают, что мы делаем в срок, и это тоже знак качества. Ну а мы, в свою очередь, хотим, чтобы они платили в срок.

В целом же цены на книги в России достаточно низкие. Это и есть основная проблема книжного бизнеса. Мы понимаем, что его прибыльность зависит от того, как развивается экономика в целом. Поэтому когда вырастет покупательская способность, тогда можно будет поднять и цены на книги.

ГАРТ: Но пока этого не произошло, нужно развивать другие направления бизнеса?

М. П.: Совершенно верно. Мы всегда понимали, что занимаясь производством книг построить прибыльный бизнес в России сложно. Ведь цены на книжную продукцию сегодня очень низкие, и прибыль как производителей, так и издателей и распространителей книжной продукции невысока.

Именно поэтому мы с самого начала предполагали многоэтапную систему развития нашего присутствия в России. На первом этапе — работа на рынке книжной продукции, а затем — развитие в другие, более доходные сектора и, в первую очередь, в производство журналов. Там другие уровни прибыли для всех участников рынка.

ГАРТ: Журнально-издательский бизнес у Bertelsmann занимает большую долю?

М. П.: Да. Концерн Bertelsmann состоит из нескольких подразделений. Жур-

Полиграфическое оборудование
BEIREN EUROPE

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



Великое
множество
заманчивых
предложений



нальное издательство Gruner+Jahr, входящее в его состав, является крупнейшим в Европе, активно работает в Америке. В России это сегодня журналы GEO и Gala. Буквально на днях выходит еще один новый журнал — «Фокус». Соответственно, издательский бизнес занимает сегодня большую долю.

ГАРТ: Именно поэтому Вы вели переговоры о покупке типографии «Алмаз-пресс»?

М. П.: Да, но, в соответствии с нашими расчетами, это получалось очень дорого. Себестоимость производства, которое располагается в центре Москвы, очень высока, и затраты на производство продукции высокие, и зарплаты высокие, и оборудование приобреталось по неоправданно высоким ценам, поэтому нам выгоднее построить собственное производство.

Согласно общемировой практике, типография не должна располагаться в столице, где самый высокий уровень зарплаты. Мы рассмотрели несколько вариантов, в том числе Тверь, но остановились на Ярославле, потому что здесь уже есть какая-то база, налажены отношения с губернатором и администрацией города.

ГАРТ: Будете строить с нуля или воспользуетесь готовыми производственными площадями, предложенными городом?

М. П.: Строить все с нуля очень сложно, ведь придется вести коммуникации. Мои коллеги, которые редко бывают в России, смотрели на проект, который предложила нам область, и говорили: «А где здесь инфраструктура?» Они не могут даже представить себе вариант, когда все это придется создавать самим! В других странах город, заинтересованный в приходе инвесторов, обеспечивает все необходимое для этого. Образно говоря: вот розетка — включайте машину! Здесь же все наоборот.

Второй вариант — уже существующий большой завод, где давно пустуют сравнительно новые цеха и где есть газ, электричество, железнодорожная ветка. В ближайшее время приезжают наш архитектор и технические специалисты, которые должны оценить, во сколько может обойтись строительство на этой базе такого комплекса, какой мы хотим.

ГАРТ: Вы собираетесь строить комплекс в расчете на свои журналы?

М. П.: Не только. Мы рассчитываем и на издания российского рынка, с учетом того, сколько их на сегодняшний день печатается за рубежом. Мы знаем интересы журнальных издателей.

ГАРТ: Но журналы постепенно переходят на «Алмаз-Пресс», а в 30 м от издательства «Бурда» строится журнальное производство типографии «Пресса».

М. П.: Я считаю, что рынок России — большой, и еще не настолько развитый. Думаю, всем хватит. Это еще и вопрос производительности. Производительность здесь пока на более низком уровне, чем на Западе.

ГАРТ: А Вы будете ставить новые машины или перевозить какую-то типографию из Германии?

М. П.: Я не исключаю и такого варианта, но, скорее всего, будет одна новая ротация, а остальные — отработавшие 3–4 года. Но сначала мы должны уточнить наше понимание рынка, чтобы знать, устанавливать ли сразу четыре машины или сначала будет достаточно трех. Меньше — не имеет смысла. Мы хотим печатать 5–6 млн экз. журналов в месяц средним объемом 150 страниц.

ГАРТ: Но для печати такого большого объема нужно много рулонной бумаги. Ее ведь тоже придется импортировать.

М. П.: Да, ничего не поделаешь, встает вопрос пошлин. В Германии наши подразделения закупают 250–300 тыс. т бумаги в год, поэтому цены — лучше не бывает. Мы готовы передать эти льготные условия заказчикам, если удастся добиться освобождения от пошлин.

ГАРТ: Наверное, предложите издателям свою систему распространения?

М. П.: Да, наше экспедиционное подразделение хорошо укладывается в концепцию проекта журнальной типографии. Рассылка книг осталась основным направлением, но половину нашего оборота составляет так называемый letter-shop, или директ-маркетинг. Наш самый крупный клиент — «Ридерз Дайджест». Есть и другие.

Мы начали также развивать направление услуг по подписке. В феврале взяли на себя обслуживание подписки наших коллег из Gruner+Jahr — журналы GEO и Gala. Они печатаются за рубежом, а мы их пакуем, вкладываем письма с предложениями о продлении подписки и т. п. У них довольно сложная маркетинговая система, много разнообразных вложений, но мы справляемся. А раз можем делать это для GEO, то сможем и для других. Сейчас планируем взять на себя обслуживание подписки всех журналов еще одной большой издательской группы. Мы абсолютно убеждены, что это в интересах издателей — знать своих читателей, работать с ними.

ГАРТ: Такой масштабный бизнес, состоящий из нескольких направлений,

требует большого числа специалистов самых разных уровней. С этим problem не возникает?

М. П.: Как и у остальных полиграфических предприятий России, кадры — одна из самых больших наших проблем. Сегодня в Ярославской области появляется все больше полиграфических предприятий, а нашему комбинату скоро исполнится 50 лет. Здесь есть своя подготовка кадров, и специалисты, поработавшие у нас, высоко ценятся на других предприятиях. Их попросту сманивают!

У нас совершенно открытый, официальный бизнес, мы работаем как положено, поэтому, к сожалению, не можем поступать как некоторые другие — платить неофициальную зарплату. Так что на данном этапе это проблема.

Мы ведем переговоры с Ярославской торгово-промышленной палатой о том, чтобы организовать систему подготовки кадров при участии города Кассель, который является побратимом Ярославля в Германии. Причем есть возможность привлечь для этого немецкую финансовую помощь. Но пока это только проекты.

ГАРТ: Михаэль, Вы — немец. Трудно ли Вам руководить полиграфическим производством в России?

М. П.: Конечно, у каждой страны есть определенные особенности, но профессиональный менеджмент является залогом успеха во всем мире. Не так давно вышел очередной рейтинг ассоциации Менеджеров России, и уже в третий раз я увидел там свое имя. Я — единственный руководитель полиграфического комбината, попавший в этот рейтинг. Это показывает, что мы на правильном пути.

ГАРТ: А как Вы думаете, возможно ли построение эффективного полиграфического производства в России без привлечения иностранного менеджмента?

М. П.: В Ярославле таких примеров пока нет, но то, что такое производство можно создать и без иностранного менеджера, видно в Москве. Я довольно часто отмечаю, что даже представители крупных западных компаний — это уже не иностранцы, а русские.

Видно, что появилось новое поколение хорошо обученных молодых людей. Поэтому я не думаю, что когда иностранный инвестор приходит в Россию, иностранные менеджеры должны оставаться здесь навсегда. Только на первое время.



**ПРОИЗВОДСТВО ЭТИКЕТОК
ВСЕ ДЛЯ ЭТИКЕТИРОВАНИЯ
И МАРКИРОВКИ
ФЛЕКСО-, ТАМПО-
И ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ**

www.labelshow.ru

ЭТИКЕТКА/ LABELEXPO

10-я Международная специализированная выставка



LABELLEXP
MOSCOW, RUSSIA
www.labelexpo-russia.com

ТЕМАТИКА ВЫСТАВКИ:

**МАТЕРИАЛЫ, МАШИНЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
ЭТИКЕТОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, ЭТИКЕТИРОВАНИЕ И НАНЕСЕНИЕ МАРКИРОВОЧНЫХ
ЗНАКОВ НА УПАКОВКУ И ИЗДЕЛИЯ. ФЛЕКСО-, ТАМПО -
И ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ**

МАРТ
23.03 - 26.03
2004

Выставка:	ЭТИКЕТКА - 2004
Организаторы:	MVK - Международная выставочная компания TARSUS GROUP PLC / Великобритания
Почтовый адрес:	107113 Москва, Сокольнический вал, 1, павильон 4
Директор выставки:	Вишневская Валентина Михайловна, тел.: (095) 268-14-07, 268-99-15, 269-42-62, 105-34-13; факс: (095) 105-34-89, 268-99-03, 268-08-91; e-mail: v.v@mvr.ru
Проезд:	м. «Сокольники», парк Сокольники, от метро до выставочного центра - бесплатный автобус

РОССИЯ, МОСКВА, КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «СОКОЛЬНИКИ»

При содействии:

При поддержке:

Главные информационные спонсоры:

Министерства промышленности, науки и технологий РФ

Торгово-промышленной палаты РФ

Московской торгово-промышленной палаты



Журнал "ТАРА И УПАКОВКА"

ТАРА И УПАКОВКА





**Геннадий
Алексеевич
ВОРОНИН**

ОАО «Полиграфия»

Генеральный
директор

Ярославль

ГАРТ: Геннадий Алексеевич, системами СТР оснащены еще далеко не все московские типографии. Тем более интересен тот факт, что такая система установлена в Ярославле. Расскажите, чем вызвано решение о ее приобретении?

Г. В.: Ярославская область — одна из индустриальных. В последнее время и в нашем городе, и в соседнем Рыбинске появилось несколько хороших типографий. У заказчиков сегодня есть выбор: печатать у нас, у местных конкурентов или в Москве. И хотя по сравнению с нормальными московскими ценами наши — существенно ниже, конкуренция существует.

Если же сравнивать с местными типографиями, то таких мощностей по высококачественной многокрасочной и именно оперативной печати ни у кого нет. У нас три листовые машины, две — чешского производства и полуформатная четырехкрасочная Rapida 74. Она загружена в две смены, а остальные машины — в полторы. Ну а с приобретением системы СТР качество и оперативность должны стать еще выше.

ГАРТ: А есть потребность именно в оперативном производстве пластин?

Г. В.: Да, конечно. Особенно в газетном производстве.

Ведь областные газеты не сдаются в печать, пока не станет известен результат игры нашей хоккейной команды.

ГАРТ: Если речь идет о производстве газет, то, может быть, нужно было покупать не универсальную, а специализированную газетную систему СТР?

Г. В.: Нет, универсальную систему мы выбрали совершенно сознательно. Когда я принимал типографию, газеты действительно составляли около 60% в общем объеме продукции. Но затем мы стали развивать листовую офсетную печать, и сегодня доля газет — около 30%, а приблизительно половина всех заказов — это полноцветная листовая печать. Мы сразу рассчитывали, что устройство СТР позволит нам делать формы и для листовой печати, и для газетной. В этом смысле приобретенная система нас вполне устраивает. Стоимость специализированного газетного устройства СТР применительно к нашей ситуации очень высока.

ГАРТ: Производительности системы хватит для изготовления газетных форм?

Г. В.: При разрешении 1200 dpi на экспонирование одной пластины у Galileo VXT уходит меньше одной минуты. Для нас этой производительности вполне достаточно.

ГАРТ: А в Ярославле много газетных типографий?

Г. В.: Кроме нас — еще одна. В ней установлена печатная машина индийского производства. Это серьезный конкурент, они печатают достаточно много газет. Оборудование, установленное у нас сегодня, не позволяет увеличить объем производства газет, но с покупкой новой машины ситуация кардинально изменится. В настоящий момент мы планируем большой проект, в рамках которого она будет приобретена. Мы остановили свой выбор на машине

производства рыбинского КПЦ «Полиграфмаш».

ГАРТ: Почему выбрали именно эту машину?

Г. В.: Мы рассматривали разные варианты с учетом имеющихся свободных площадей. Одним из них было приобретение рулонной печатной машины KBA Cortina в 48-страничной конфигурации — у нее меньшие габариты. Очень хорошая машина, но она существенно дороже. Так что в конце концов было найдено решение: пожертвовать частью бумажного склада. Тогда рыбинская машина тоже умещается.

Кроме того, несмотря на «газетный» проект я предполагаю развивать и листовое производство. Сейчас нам необходима машина с секцией лакирования, потому что сегодня много заказов приходится делать по кооперации в Костроме.

Правда, все не так просто. Развиваться динамично и интенсивно нам мешает недостаток средств, и реальных возможностей приобретать оборудование, к сожалению, практически нет.

ГАРТ: Наверное, в финансировании крупных проектов могли бы принять участие местные власти? Кстати, какие у Вас с ними отношения?

Г. В.: В 1994 г., как только предприятие стало частным — насколько я знаю, «Полиграфия» является в России единственной частной из бывших областных типографий — отношение руководства области к нам сильно изменилось. На первом этапе все шло нам навстречу, но на сегодняшний день реальной помощи я не ощущаю, хотя у нас хорошие отношения с Мэрией Ярославля, Торгово-промышленной палатой губернии. Но для реализации крупного проекта необходимо серьезное финансирование, на которое рассчитывать не приходится. Хорошо, что нам, по крайней мере, не мешают.

Вообще, я считаю, что условия работы отечественных производителей все ухудшаются и ухудшаются. Думаю, причиной тому экономическая политика нынешнего руководства страны. Мы платим налоги на прибыль, и в результате балансируем на грани рентабельности. Надо остановить этот пресс, который выжимает из нас с каждым годом все больше денег.

ГАРТ: А если бы налоговая политика стала больше ориентироваться на производителя, как бы Вы развивали свое производство?

Г. В.: У нас была мысль приобрести оборудование для высечки и тиснения. Заказов на упаковку в области достаточно, я думаю, все пошло бы хорошо.

ГАРТ: Вы имеете в виду, что есть «Ярпиво», которому требуется в больших объемах пивная этикетка?

Г. В.: Не только, но упомянутое Вами «Ярпиво» печатает этикетку в Польше. Мы им печатаем кое-что, но очень редко. Если бы было необходимое оборудование, я думаю, договорились бы на большую часть объема.

ГАРТ: Компанию «Терем» выбрали не просто так? Ведь сегодня на рынке поставщиков систем СТР немало.

Г. В.: Что касается выбора поставщика, то я считаю, что от добра добра не ищут. Мы работаем с «Теремом» уже восемь лет. К нам приезжают другие поставщики допечатного оборудования и расходных материалов, но мы не собираемся что-то менять в своей политике.

Это же относится к нашему поставщику печатных машин — фирме КБА. Раньше у нас возникали определенные затруднения при заказе запасных частей, но теперь есть ООО «КБА РУС». Видимо, все наладится.

ОПЕРАТИВНЫЙ ЯРОСЛАВЛЬ

В декабре компания «Терем» организовала для полиграфистов и представителей отрасли пресс-экскурсию в ярославскую типографию «Полиграфия», где в сентябре с. г. была установлена система СТР Agfa Galileo VXT с программным обеспечением Arpegge Series 3. Во время презентации устройство было продемонстрировано в работе: к печати готовился красочный новогодний календарь.

Экспонирующая система СТР Agfa Galileo VXT оснащена фиолетовым лазером, для работы используются серебрясодержащие пластины. Экспонирование пластин

полного формата при разрешении 1200 dpi занимает менее минуты.

Приобретение СТР позволило типографии достичь большей производительности. Как заявили представители «Полиграфии», оперативность является очень важным фактором для производства, 30% объема продукции которого занимают газеты. Серьезное внимание уделяется и листовой подукции, что учитывалось при выборе СТР. Теперь, с приобретением универсального устройства, типография станет более конкурентоспособной за счет повышения качества и сокращения сроков изготовления продукции.

ЦЕХ ДОПЕЧАТНОЙ
ПОДГОТОВКИ
ОСНАЩЕН САМЫМ
СОВРЕМЕННЫМ
ОБОРУДОВАНИЕМ



СИСТЕМА СТР
AGFA GALILEO VXT



КАК ИЗМЕНИЛИСЬ
ТЕХНОЛОГИИ
ЗА ПОСЛЕДНИЕ
ГОДЫ



В пресс-релизе о создании компании «КБА РУС», опубликованном в ГАРТ №11-03, по вине редакции допущена ошибка. Свен Стржельчик продолжает занимать пост главы представительства КБА в России.



Поработал... отдохни!

БЕСПЛАТНЫЙ Бенилюкс-тур



Если Вы приобрели в течение 10 месяцев (с 1 ноября 2003 до 31 августа 2004) полиграфические расходные материалы в компании ТЕРЕМ на сумму не менее 100'000 \$, мы дарим Вам экскурсионно-познавательный тур по странам Бенилюкса.

Узнайте подробности по тел.: (095)956-0404



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

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



КРУГЛАЯ ДАТА — DATA COPY

В декабре компания Mar Paper организовала праздник, посвященный десятилетию бумаги Data Copy на российском рынке.

Повод — достаточно знаменательный, ведь эта бумага, вероятно, самая известная сегодня на российском рынке, с момента своего первого появления в России в 1983 г. имеет безупречную репутацию благодаря своим отличным печатным свойствам. Исключительная белизна, высокая непрозрачность и совершенная гладкость Data Copy обеспечивают превосходный результат при печати на любых видах офисной оргтехники.

Специально разработанная для любых офисных работ (высокоскоростной печати, печати презентаций, бланков, прямой почтовой рекламы), Data Copy включает в свой ассортимент стандартные плотности 80, 90, 100, 120, 160 и 210 г/м² и форматы: А5, А4, А4 с двумя перфорированными отверстиями и А3. Бумага также может поставляться в полиграфических форматах и в ролях.

Кроме Data Copy ассортимент Data Papers включает также бумаги Data Colour Laser — для высококачественной печати на цветных лазерных принтерах, Data Colour Inkjet — для высококачественной цветной печати на струйных принтерах и Data Colours — многофункциональную цветную бумагу для офиса.

Торжество, собравшее не менее ста гостей, среди которых были представители фирмы-производителя бумаги, сотрудники российского офиса и многочисленные дилеры, занимающиеся продажей Data Copy в России, прошло в литературном музее им. А. С. Пушкина. Праздник удался на славу.



МИСТЕР КАРТОН

19 ноября были подведены итоги конкурса на лучшую упаковку из бумаги, картона и гофрокартона «Мистер Картон – 2003», по традиции проводившегося в рамках выставки «УпакКартон».

В этом году на конкурс было подано 44 работы, и надо отметить, что лидерство вновь одержали наиболее активные участники и призеры «Мистер Картон» прошлого года — компании «Готэк», «Има-пресс-принт», «Линия График», «Санкт-Петербургская Образцовая Типография» и «Стора Энсо Пакаджинг». В номинации «Упаковка из бумаги» золотую медаль получил «Сегежский ЦБК».



СКОРО ПРОРЕЖУТСЯ ЗУБКИ...

Три месяца — возраст младенческий, но это не помешало компании «ОктоПринт сервис» в декабре с размахом отметить это событие.

Основу коллектива «ОктоПринт сервис» составляют бывшие сотрудники отдела расходных материалов компании «Гейдельберг СНГ», а возглавляет ее бывший директор «Гейдельберг Дигиталь» О. Красноборов. Одним из учредителей компании стала фирма Phoenix — известный производитель офсетных полотен.

На празднике присутствовали клиенты компании, а также представители полиграфической прессы. Сначала гостей познакомили с офисом нового поставщика расходных материалов, а затем был торжественный ужин в расположенном неподалеку китайском ресторане. Прозвучало много добрых пожеланий, «младенцу» были вручены многочисленные подарки, а развлекательная программа, в которой приняли участие и гости, не оставила равнодушным никого.

ЯПОНСКИЙ ХИТ

Растет спрос на мелованную бумагу Npi Art от японской компании Nippon Paper Industries, появившуюся в ассортименте ГК «Регент» в октябре 2003 г. «Уже в начале 2004 г. мы планируем увеличение объема закупок новой японской бумаги минимум на 30% — отмечает начальник товарного управления полиграфических материалов Е. Афанасьева. — В ассортименте «Регента» Npi Art будет представлена наиболее популярными плотностями — 85, 100, 120 г/м², по которым будет поддерживаться постоянный товарный запас на складах».

От мелованных бумаг аналогичного класса Npi Art отличается высоким уровнем непрозрачности, который ранее был достижим только для бумаг с содержанием древесной массы. Предназначена бумага для печати высококачественных изданий, буклетов, годовых отчетов, рекламной продукции.





С НОВЫМ ПОСТАВЩИКОМ!

Еще одна компания-поставщик полиграфического оборудования торжественно открыла свой офис и демонстрационный зал. Это Veiren Europe — поставщик оборудования производства китайской фирмы Veiren. Традиционную ленточку перерезали генеральный директор Veiren Europe Игорь Сафонов и специально для этого приехавший в Москву председатель совета директоров корпорации Veiren Жу Ву Ан. На открытие были приглашены представители прессы, уже существующие и потенциальные клиенты компании. В церемонии принимал участие вице-президент Межрегиональной ассоциации полиграфистов Д. М. Закиров.

Судя по всему, на российском рынке появился еще один серьезный игрок, ведь предприятия, входящие в группу Veiren, производят самое разнообразное допечатное, печатное и отделочное оборудование. А кроме оборудования для офсета Veiren предлагает также флексографские машины и машины глубокой печати.

ПОЧЕТНАЯ ДОКТОРСКАЯ СТЕПЕНЬ



Московский государственный университет печати на собрании Попечительского совета 2003 г. назначил директора концерна MAN Roland доктора Йозефа Шнайдера попечителем университета и главой кафедры цифровой печати.

До назначения на пост директора MAN Roland в 1995 г. д-р Шнайдер руководил реализацией систем Computer-to-Press для обычных и цифровых технологий печати, возглавлял в концерне сектор «Исследование технологий, патенты, лицензии».



К СТОЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ

Иркутская областная типография №1 — одно из старейших полиграфических предприятий Восточной Сибири. В декабре этого года ей исполняется 100 лет. Сегодня типография предоставляет заказчикам полный спектр полиграфических услуг, в чем ей способствует качественная техника. За последние два года в иркутской типографии появились печатные машины Heidelberg Speedmaster 74–5 и Speedmaster 102–4, а также новое бумагорезальное оборудование.

Кроме того, недавно в иркутской типографии установлена система СТР. История этого проекта началась более года назад. Выбор будущей допечатной технологии руководство иркутского предприятия доверило московской компании InitPress. Основными требованиями иркутян были высокое качество продукции, простота и надежность оборудования. Последние два требования желательны всегда, но в данном случае они усугублялись значительной удаленностью технической поддержки — от Москвы до Иркутска более пяти часов лета. В конечном счете было принято решение о поставке «фиолетовой» системы СТР Heidelberg Prosetter 102. Сейчас, когда оборудование уже запущено, можно сказать, что это был действительно оптимальный выбор. При невысокой (относительно термальных СТР) стоимости фиолетовые СТР обеспечивают превосходное качество оттисков и при этом просты как в эксплуатации, так и в обслуживании.

По словам заместителя генерального директора Иркутской областной типографии №1 В. Правенького, оборудование полностью оправдало возлагаемые на него надежды. Сроки изготовления печатных форм существенно сократились, а качество — выросло.

Установка СТР вызвала большой резонанс среди полиграфистов Иркутска и соседних регионов, а заказчики из Читы, Якутии и Бурятии приезжают специально, чтобы познакомиться с новой технологией.

InitPress

ДОПЕЧАТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



СТР
для коммерческой
и газетной печати



**Фотонаборные
автоматы**

а также:

проявочные машины
копировальные рамы
денситометры

CIP3 интеграция
с любым печатным
оборудованием

10 лет
безупречного сервиса

специальные
предложения

InitPress

www.initpress.ru
init@ekonomika.ru

Тел.: (095) 745-0509



**Альбрехт
БОЛЬЦА-ШЮНЕМАНН**
drupa 2004
Президент

Издательство «Курсив»: Альбрехт, девиз выставки drupa 2000 — Meet the Future — «Встречаем будущее» — говорил о приходе нового тысячелетия. А каков девиз drupa 2004?

А. Больца-Шюнеманн: В качестве лозунга для drupa 2004 выбран «Один мир — одна drupa». В мировой полиграфии эта выставка не имеет себе равных и является номером один в

международном масштабе. Проводимая подобно Олимпийским играм раз в четыре года, эта выставка — мозговой центр всей полиграфии. Здесь представлены участники со всего мира, и благодаря этому drupa — единственная полиграфическая выставка, которая дает исчерпывающее представление о глобальных изменениях в отрасли. На drupa лидеры рынка выставляются бок о бок с новичками. По глубине и широте охвата drupa несравнима ни с одним другим мероприятием: он простирается от глобальных компаний до узкоспециализированных производителей, от недорогих стандартных предложений до оборудования, изготовленного по индивидуальному заказу, от поточных линий до практических бизнес-решений.

«К»: Редакторы нашего издательства были посетителями и обозревателями трех выставок drupa. В фокусе каждой из них было какое-

либо ключевое направление развития: на drupa 1990 это были брошюровочно-переплетные процессы, на drupa 1995 — цифровая печать, на drupa 2000 — СТР. Что будет «хитом» drupa 2004?

А. Б-Ш.: Предстоящая выставка припасла немало новинок для посетителей, но я думаю, что drupa 2004 запомнится как «JDF drupa». На рынке уже присутствует несколько JDF-решений, и первые типографии, издательства и препресс-бюро уже начали использовать JDF в работе, но я могу предсказать, что новая волна JDF-продуктов захлестнет drupa 2004. После этой выставки полиграфисты увидят, что хотя у них нет конкретных планов по компьютеризации и автоматизации производства, появляется все больше оборотов с функциями JDF.

Мега-тенденцией на drupa 2004 обещает стать цифровое управление производственными процессами (digital workflow), которое ведет к интеграции производства — как в печати, так и в производстве бумажных изделий. Его задача — управление последовательностью операций и промежуточными стадиями, а также автоматизация отдельных ступеней производственного процесса. На drupa можно увидеть решения будущего.

Другая тенденция, обещающая стать взрывом на drupa 2004 — это развитие комплексных решений. Дело в том, что поставщики полиграфического и упаковочного оборудования, а также программного обеспечения больше не будут представлять на выставке просто машины или иную продукцию; их место на стендах займут комплексные решения. Сама идея интеграции и ее реализация востребована не только пользователями, но и поставщиками.

Осталось не так много времени до открытия выставки drupa 2004. Многие из наших читателей наверняка намереваются посетить Дюссельдорф в мае будущего года и, естественно, ждут информации о предстоящем событии. В связи с этим редакторы журналов издательства «Курсив» попросили Президента drupa 2004 Альбрехта Больца-Шюнеманна дать интервью нашим изданиям.

«К»: Печать и производство упаковки все больше внедряется в полиграфию всего мира. Как это отразится на drupa? Какая часть экспозиции предыдущих выставок была посвящена печати на упаковке и что можно ожидать на drupa 2004?

А. Б-Ш.: Упаковка не только сохраняет и защищает товар; она помогает продавать его. Особенно наглядно это проявляется в розничной торговле, в магазинах, где упаковка служит самым важным средством информации о товаре. Волны, вызванные небывалым развитием производства упаковки, безусловно, достигают и до берегов drupa. Посетителей ожидают несколько удивительных и захватывающих концепций, а также ряд практических решений в этой области. Около 250 участников продемонстрируют свои новейшие технологии и варианты их применения в сфере печати упаковки в выставочных залах 6, 10–12 и 16.

«К»: Европейская и американская полиграфия уже давно испытывают влияние экономического спада. Как это повлияет на выставку и каковы Ваши прогнозы на будущее?

А. Б-Ш.: drupa является своеобразным зеркалом рынка и по этой причине подвержена влиянию сложных эконо-

С Новым Годом!

Дорогие друзья,
От всей души поздравляем Вас
С Новым 2004 Годом!
Желаем счастья и успехов в Новом Году!
И пусть во всем Вам сопутствует удача!
коллектив компании «Берег»



номических факторов. Некоторых фирм-участниц drupa 2000 более не существует, другие куплены или вошли в состав иных компаний. Каталог выставки — яркое подтверждение тому, сколь радикальными бывают перемены на рынке. Ряд участников вынужден был ограничить свои расходы, что видно по отсутствию прежнего размаха и небольшим стендам. И все же — и это главный показатель значимости drupa — на предстоящей выставке нет свободных стендов. Примерно 370 тыс. посетителей могут быть уверены в том, что увидят полный спектр предложений со всего мира. Около 1800 участников выставки покажут свои машины, оборудование и программное обеспечение для полиграфии на стендах общей площадью около 160 тыс. м² в 17 выставочных павильонах. «К»: drupa 2004 является второй по счету выставкой, которую Вы возглавляете в качестве Президента. Изменились ли Ваши функции? Изменилась ли выставка с тех пор, как Вы стали ее Президентом?

А. Б-Ш.: Честно говоря, я очень горжусь тем, что снова возглавляю выставку. drupa — одна из немногих международных выставок, которая имеет не только экономическое и технологическое значение, но и является своего рода легендой полиграфии. Как Президент выставки я играю роль, можно сказать, особого посланника на мероприятиях, которые могут служить развитию выставки, в рекламных кампаниях, проводимых в Германии и за границей. Кроме того, я представляю интересы drupa во многих национальных и международных организациях.

«К»: Вы являетесь также Президентом концерна КБА — одного из крупнейших производителей печатного оборудования. Каков Ваш прогноз развития рынка

печатного оборудования? Когда Вы предвидите окончание спада?

А. Б-Ш.: Вопреки существующим трудностям в полиграфии, рынок печатной продукции продолжит свой рост в последующие 10–15 лет. Особенно это коснется густонаселенных стран с недавно начавшейся индустриализацией, где сейчас наблюдается сдержанный спрос на печатную продукцию. Концерн КБА, как один из самых крупных производителей печатного оборудования в мире, имеет данные о постепенном росте намерений инвестировать в производство в последние несколько месяцев, последовавшим за более благоприятным прогнозом в экономике. Благодаря улучшению экономического климата мы смогли удвоить прирост новых заказов в течение первых трех кварталов 2003 г. В четвертом квартале мы уже получили несколько важных контрактов. Мы надеемся, что в 2004 г. мировую экономику ожидает существенный подъем, а drupa окажет на него дополнительный стимулирующий эффект.

«К»: Как Вы оцениваете позиции КВА на российском рынке? Каковы Ваши планы на будущее в России?

А. Б-Ш.: В период с 2000 по 2003 г. концерн КБА увеличил продажи оборудования в России более чем в четыре раза. Согласно нашей статистике, по поставкам листовых печатных машин страны СНГ (где лидируют Россия, Украина и Казахстан) занимают пятое место. КБА видит здесь огромные потенциальные возможности для развития полиграфических технологий в ближайшие несколько лет, особенно в России. Недавно образованная дочерняя компания «КБА РУС» поможет нам укрепить позиции на рынке листовых и рулонных печатных машин.

КОЛЛЕКЦИЯ

РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ПОЛИГРАФИИ



Компания ОктоПринт Сервис впервые на российском рынке предлагает **новое поколение офсетных резинотканевых полотен Carat фирмы Phoenix Xtra Print.**

В отличие от предыдущего поколения полотна серии Carat обладают улучшенным компрессионным слоем, вследствие чего уменьшение толщины полотна под нагрузкой сократилось до 1,3% (у полотен предыдущего поколения этот показатель был 1,5%).

Полотна имеют более равномерную толщину. Новые химические добавки в верхний резиновый слой улучшают краскопередачу и уменьшают растискивание растровой точки.

Поэтому офсетные резинотканевые полотна серии Carat рекомендуются для печати с пластин Computer-to-Plate, а также для печати стохастическим растром.

Полотна серии **Carat** Вы можете приобрести у нас, как у первых официальных поставщиков данного продукта.

Срок изготовления полотен в нашем сервис-центре 1–3 дня.

Компанию **Phoenix Xtra Print** связывают длительные партнерские отношения с немецким производителем вспомогательных средств для полиграфии — фирмой **Druckchemie**. Мы предлагаем Вам широкий спектр смывок и средств по уходу от ведущего немецкого производителя химии для полиграфии — фирмы **Druckchemie**, которые безупречно подходят к офсетным полотнам фирмы **Xtra Print**, но также рекомендуются к использованию другими ведущими производителями офсетных полотен, валиков и печатного оборудования.

Используя офсетные резинотканевые полотна Phoenix Xtra Print и вспомогательную химию Druckchemie, Вы делаете процесс печати эффективным, экономичным и высококачественным!

Офис: телефон (095) **730 78 80**,
факс (095) **730 7881**

Магазин: телефон (095) **152 67 22**,
факс (095) **152 68 23**

e-mail: **info@oktoprint.ru**

www.oktoprint.ru

немецкие расходные материалы



СКРОМНАЯ СТРАНА С НЕОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Еще с 18-го века страной неограниченных возможностей считались Соединенные Штаты. Но в последние годы ситуация изменилась. После террористических актов и крахов нескольких крупнейших корпораций, которые приписывали себе коммерческие результаты, Штаты на сегодня — просто рядовая страна. Естественно, с точки зрения возможностей. Европа, которая всегда сравнивалась со Штатами и была просто местностью с возможностями, но все-таки ограниченными, сегодня чувствует себя уверенно, но тоже развивается не без проблем. Кто же остается? Видимо, Россия и Китай.

Несмотря на то, что по численности населения наша страна существенно отстает от тех же Китая или Индии, население которых составляет в сумме 17% населения нашей планеты, важность ее для иностранных производителей не ниже. Хотите примеры — пожалуйста. Самый большой по обороту гипермаркет одной из крупнейших европейских сетей находится в Москве. В хороший день

москвичи оставляют в нем рублей на сумму, эквивалентную более полумиллиона евро. Кстати, я, вроде бы, уже рассказывал о том, что «гениальные» маркетологи попробовали разворачивать сеть магазинов в России, основываясь на своем «западном» опыте. Так вот, оказалось, что их подход здесь не работает! В первом же из магазинов через несколько месяцев пришлось пожертвовать вспомогательными помещениями — за их счет расширили отдел алкогольных напитков. Вот так, знай наших! Но это пример — из серии необъяснимых. Ведь выстоять двух-трехчасовую очередь в кассу лишь для того, чтобы купить продукты на 5% дешевле, может только очень терпеливый и экономный человек.

Показательной является, например, ситуация с мониторами. Для одного из крупнейших японских производителей наша страна — уже четвертый по размеру рынок мониторов в Европе. Это означает, что мы впереди многих весьма хорошо развитых стран. Совсем недавний факт: руководить представительством крупнейшего производителя компьютеров — Hewlett-Packard — в России будет один из вице-президентов американского HP. Вот так!

Они уделяют нам очень много внимания потому, что в их учебниках написано: страна со сравнительно большим населением в какой-то момент должна начать развиваться. «Должна начать» — это из области прогнозов, но, по мнению многих, Россия уже начала.

Вспомним кризис 1998 г. На самом деле, он серьезно стимулировал развитие российского рынка производства упаковки. Тем не менее, такая нужная всем вещь, как полипропиленовая пленка для производства упаковки тех же самых батончиков Mars и Snikers, этикеток для Coca-Cola и Pepsi-Cola, все-

гда импортировалась. Да, производители гибкой упаковки скрепя сердце платили большие деньги за тонны этого материала, пытались найти ему замену в Белоруссии и на Украине, но все же для высококачественной продукции требовалась импортная пленка. Ничего не поделаешь.

А что же в Китае? На сегодня в этой стране производители упаковки и материалов для нее оснащены самым современным и высокоскоростным оборудованием. Компания Valmet продала в Китай уже несколько бобинорезальных машин для пленки Atlas, а не так давно поставлена машина с максимальной шириной рулона — 10 м. Таких машин в мире было установлено всего три. Одна — в США в 1998 г. и две другие позже — в Италии. В Китае новый Atlas будет использоваться для резки двуслоноориентированной полипропиленовой пленки.

Кстати, компания Valmet и еще несколько фирм, занимавшихся оборудованием для производства упаковки, принадлежали до недавнего времени финской корпорации Metso. Теперь эти фирмы приобрела швейцарская группа Bobst. Что интересно, цена покупки составила всего 75 млн евро, в то время как годовой оборот входивших в Metso фирм в 2002 г. оценивался в 160 млн евро. Судя по сумме, бизнес, видимо, был совсем плохим.

К чему это мы все рассказываем? Очень просто: резать же что-то нужно, значит в Китае есть и экструдеры для производства этой пленки, причем широкие экструдеры. Мы заглянули на сайт крупнейшего производителя соответствующего оборудования. Оказалось, что из 34 линий, проданных в 2003 г., 23 приходятся на Китай и одна из них действительно имеет ширину 10 м. Линии такой ширины были установлены в 1999 и 2001 гг. в Италии, одна из них — в компании Mobil, чью пленку и потребляли в достаточно больших объемах российские производители упаковки. Все сходится. Правда, это не самое интересное, что удалось при этом обнаружить. Оказывается, среди тех одиннадцати линий для производства пленки, которые были проданы в 2003 г. не в Китай, на Россию приходится... знаете сколько? Три! Причем две из них — 8-метровые — смогут производить по 30 тыс. т двуслоноориентированной полипропиленовой пленки в год, третья, поуже — 6,6 м. То есть к 2005 г. проблема с полипропиленовыми пленками в России будет, видимо, решена, и мощности будут даже избыточными. Интересно, что происходит все это достаточно тихо. Владельцы новых линий не хотят «светиться» на публике, скромно именуя себя «международными инвестиционными группами».

ДЕСЯТЬ САМЫХ БОЛЬШИХ ПО ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАН МИРА (МЛН ЧЕЛ.)

1	Китай	1 286 975,5
2	Индия	1 049 700,1
3	США	290 342,6
4	Индонезия	234 893,5
5	Бразилия	182 032,6
6	Пакистан	150 694,7
7	Российская Федерация	144 526,3
8	Бангладеш	138 448,2
9	Нигерия	133 881,7
10	Япония	127 214,5



БУМАЖНАЯ МЕЛЬНИЦА

Если вам доведется побывать в Швейцарии, обязательно посетите музей бумаги и полиграфии, расположенный в центре города Базель, на берегу Рейна. На самом деле музей — это воссозданная старинная бумагоделательная мастерская, или бумажная мельница — по-немецки Rapermühle. Здесь можно не только увидеть, как получается бумага, но и сделать листочек самому! На глазах у изумленной публики бумажную массу размалывает деревянная мельница с огромными каменными жерновами, которые приводятся в движение водяным колесом. «Движком» служит быстрый ручей, который стекает с горы в Рейн. Посмотреть на это приходят не только специалисты и студенты — приводят и школьников, и дошкольников. Счастливые швейцарские дети (да и взрослые тоже) с восторгом черпают бумажную массу, заливают ею сетки, отжимают и высушивают — и вот в руках лист бумаги собственного изготовления!

Поднимитесь выше — на следующих трех этажах расположена старинная типография. Здесь вам покажут, как отливают шрифт из галта. Из едва остывших литер можно самому набрать небольшой текст и тут же напечатать его на своем листке.

Здесь же работают старинные печатные прессы — почти как у Гутенберга, лино типы, плоскочечатные машины. Все — живое, действующее, в настоящем ра-

бочем состоянии. Мастера здесь не только владеют старинными профессиями, они еще и настоящие педагоги. Каждый стремится показать и объяснить как можно больше — был бы интерес.

Маленькая переплеченная мастерская дает представление о том, как из отпечатанных листов делается книга. Есть даже старинная ниткошвейная машина.

В отдельном «сарайчике» — макет современной бумагоделательной машины, и тоже действующий! Все процессы смоделированы точно, есть даже система автоматического управления, на которой можно нажимать кнопки.

Почему же такие «живые» музеи только «у них», а не у нас? Дело, по-видимому, в финансовой основе. Но ведь время идет, и старая техника отправляется в металлолом. И может стать, когда мы организовано и финансово созреем для создания музея, у себя в стране собрать экспозицию не удастся и придется покупать экспонаты за рубежом.

Нина ШАПИНОВА,
исполнительный директор
издательства «Курсив»

ТАК ДЕЛАЮТ БУМАГУ ВРУЧНУЮ



МЕХАНИЗМ БУМАЖНОЙ МЕЛЬНИЦЫ



самые нефигтивные мероприятия



объединенная
рассылка

DIRECT PRO

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

\$ **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 трех лет. База данных постоянно обновляется.



GART DIRECT

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

Телефон/факс:
(095) 725 6001

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

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

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

Спасибо партиям за это!

Если честно, то статистика по импорту бумаги в этом году достаточно необычная. По результатам первого полугодия общий объем импорта бумаги увеличился менее чем на 10%, что на фоне роста потребления рулонных легкомелованных бумаг говорило о некотором спаде в производстве полиграфической продукции в листовом секторе. Однако по суммарному результату трех кварталов видно, что мы успели все наверстать и даже существенно увеличить потребление мелованных бумаг.

По мнению всех специалистов, с которыми мы консультировались, такими впечатляющими результатами оказались благодаря третье-

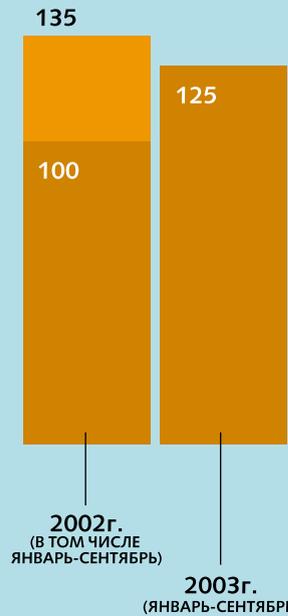
му кварталу, на который пришлось выборы в Государственную Думу. Так что по одной из версий основной причиной роста рынка стал большой объем предвыборных материалов политических партий.

Группа мелованных бумаг объединяет листовые, рулонные и этикеточные. Можно предположить, что при достаточно стабильном потреблении последних, а их объем, по всей видимости, составляет от 40 до 50 тыс. т в год, листовые и рулонные мелованные бумаги существенно улучшили свои позиции по сравнению с 2002 г.

Что касается мелованных картонов, то их потребление стабильно растет из года в год. Видимо, в этом году рост опять составит около 25–30%. Причин две, и они все понятны — это рост объемов товаропроизводства и переход заказчиков на российскую упаковку.

ГАРТ[®]СТАТ БУМАГА

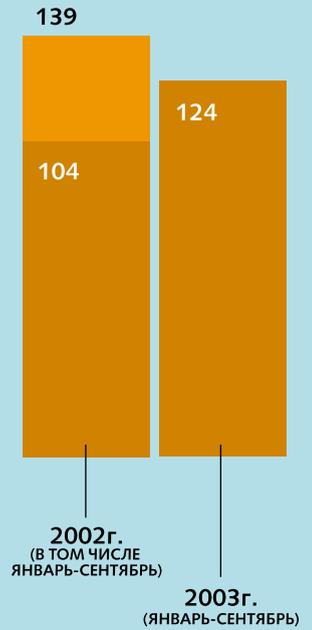
ИМПОРТ В РОССИЮ МЕЛОВАННЫХ БУМАГ (тыс. т)



ИСТОЧНИК: ГАРТ

ГАРТ[®]СТАТ КАРТОН

ИМПОРТ В РОССИЮ МЕЛОВАННЫХ КАРТОНОВ (тыс. т)



ИСТОЧНИК: ГАРТ

ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАШИНЫ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ КАЛЕНДАРЕЙ И СКРЕПЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ ПРУЖИНОЙ



Компания «ПОЛИМАТ» (группа «Август Борг») предлагает ручные, полуавтоматические и автоматические машины для перфорации и переплета металлической и пластиковой пружиной календарей, тетрадей, блокнотов и документов.

Большой ассортимент, выгодные условия.



103264, г. Москва, ул. Верная Первомайская, д.47, корп. 11
Тел.: (095) 105-1112 (многоканальный),
факс: (095) 965-0365,
E-mail: polimat@augustborg.ru



МЫ ПЕРЕЕХАЛИ!

ИЗДАТЕЛЬСТВО «КУРСИВ»



ИЗДАТЕЛЬСТВО «КУРСИВ»

НАШ АДРЕС:
ЭЛЕКТРОЗАВОДСКАЯ УЛИЦА, ДОМ 37/4, СТРОЕНИЕ 7.
WWW.KURSIV.RU
ТЕЛ.: 725-60-01

ROLAND 700

Блестящий



результат.

H.G.S
G R O U P



Машина «ROLAND 700» обеспечит Вам существенное преимущество в поточном облагораживании печатной продукции при листовой офсетной печати. Это важно для издательской и рекламной печати и в особенности – при печати упаковки. В зависимости от индивидуальных особенностей структуры заказов Вашего предприятия мы можем предложить самые различные одинарные и сдвоенные лакировальные модули с использованием технологии камерного ракеля, в комплексе с оптимальной системой сушек «Roland Seccomatic». Таким образом, Вы добиваетесь эффективной печати с блестящим результатом.

Более подробную информацию о всех преимуществах машины «ROLAND 700» Вы можете получить по телефону: (095)737 6270, по факсу: (095)125 2240 или по адресу в Интернете: <http://www.hgs.ru>



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Speedmaster 74 DI:

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

офсетная машина

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

со скоростью цифрового офсета

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

с безупречным офсетным качеством.

ООО «Гейдельберг СНГ»

Тел.: (095) 775 80 20, 775 80 21

Факс: (095) 775 80 22

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

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

HEIDELBERG