

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 12 (53) | ДЕКАБРЬ 2004

**ЧЕМ ХУЖЕ,
ТЕМ ЛУЧШЕ?**

с. 14



В НОМЕРЕ:

ЗА УДВОЕНИЕ!	3
КАК ПОСТРОИТЬ БИЗНЕС?	6
ИРКУТСКИЕ ГАЗЕТЫ	9
ЕДИНСТВЕННЫЙ ДИСТРИБУТОР ECRM	12
МОСКВА, PRINTCITY	13
ЧЕМ ХУЖЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ?	14

Давайте выпьем за удвоение ВВП, но за удвоение в отдельно взятой полиграфической отрасли. Удвоим и никому об этом не скажем

А. Романов (с. 3)

Мои партнеры решили выйти из дела. Вот мы и предложили заинтересованным лицам приобрести 60% нашего предприятия

А. Катанский (с. 1)

Сегодня торговля бумагой — тяжелый бизнес, и конкуренция на рынке очень высокая

В. Сенаторов (с. 4)



**Анатолий
КАТАНСКИЙ**
Hilversum
Совладелец

ГАРТ: Анатолий, мы увидели в Интернете Ваше объявление о продаже бизнеса и сразу обратились к Вам с предложением опубликовать интервью. Для нашего рынка открытая продажа полиграфического предприятия — достаточно редкий случай.

А. К.: Я не могу сказать, что мы продаем бизнес. Ситуация несколько проще.

У компании Hilversum три совладельца, но к полиграфии два других учредителя не имели и не имеют никакого отношения. У меня хоть есть еще «Издательство Катанского», которое занимается музыкальной литературой.

Мои партнеры пришли к выводу, что им сегодня намного выгоднее развивать свой профильный бизнес, и решили выйти из дела. Вот мы и предложили заинтересованным лицам приобрести 60% нашего предприятия.

(Продолжение на с. 10)



**Василий
СЕНАТОВ**
Группа компаний
«Дубль В»
Президент

ГАРТ: Василий, сегодня «Дубль В» — заметная фигура на российском рынке бумаги. С чего все начиналось?

В. С.: Группе компаний «Дубль В» уже 12 лет. Мы начинали с издательских программ, но практически сразу занялись импортом бумаги. В те далекие годы законопослушному юридическому лицу бумагу в России купить было невозможно. Нужно было «доставать». В 1993 г. начали поставки бумаг Zanders. Параллельно занялись фольгой для тиснения.

На сегодня у нас пять филиалов в России, кроме них — еще два: в Киеве и Кишиневе. Мы поставляем бумаги, картоны, самоклеящиеся материалы, синтетические и бумажные переплетные материалы. «Дубль В» — лидирующий поставщик фольги на российском рынке.

(Продолжение на с. 4)

**МЕЛОВАННАЯ
БУМАГА**

Galerie Art

ОБЪЁМЫ НА ЛЮБОЙ ТИРАЖ

47 x 62

47 x 65

64 x 90

62 x 94

70 x 100

72 x 104

и др.



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ
тел.: (095) 729-54-64

Комус
П С Б К

ГАРТ**Новости. Регулярно и компетентно.**

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

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

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

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 725 6001**Подписано в печать:** 30.12.2004**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 3700**Печать** офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2004

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**ЗА УДВОЕНИЕ!**

Вряд ли кто-то знает точно, что нас ждет в новом году. Я бы пожелал всем читателям, как минимум, старых достижений. В смысле — финансовых успехов. Новые достижения — вещь, конечно, заманчивая, но то, что обещают сегодня люди, занимающиеся финансами, говорит о следующем — одна проблема накладывается на другую, и из них постепенно создается большой ком, который стоит на вершине горы в неустойчивом положении, и чуть более сильное дуновение ветра может привести к тому, что он сорвется с вершины, и прокатится по широким просторам российского бизнеса.

Ну отменили льготы для издателей, что делать. Решило государство зарабатывать лишних денег, а то вдруг цена на нефть снизится в 2005 г. в два раза, а необходимо ведь с внешними долгами расплачиваться и удваивать, в конце концов, ВВП. Честно говоря, я не знаю, как считается Валовый Внутренний Продукт. НДС в него включается или нет? Скорее всего — включается. Так что, нечему удивляться. Подумаешь, отменили льготу издателям, ведь у них и так вроде очень хорошо идут дела.

Вообще, давайте представим себе, что произойдет при удвоении ВВП, если все отрасли будут «удваивать» его пропорционально. Хорошо — потребуется в два раза больше этикеток на пиво и водку. Население страны после этого начнет сокращаться намного более высокими темпами. Упаковки тоже потребуется в два раза больше. Производители, работающие с «МакДональдсом» и «Марсом», если не озолотятся, то, как минимум, доход свой удвоят. Но, в соответствии с западными исследованиями, потребление фаст-фуда ведет к ожирению, а ожирение, сами понимаете, здоровья и жизни не прибавляет. Правда, на этом озолотятся еще и ассенизаторы. И народ станет покупать в два раза больше стиральных порошков, ведь одежду, в фаст-фуде заляпанную, придется отстирывать в два раза чаще.

Если граждане в два раза больше станут разговаривать по сотовым телефонам, то опять — рак и прочие способствующие сокращению населения факторы.

Могут еще взвинтить цены на бензин до таких, которые простым гражданам станут совсем не по карману. И будут по улицам ездить только кортежи автомобилей государственных людей, которые, не разбирая дороги, будут сносить незадачливых пешеходов, посмеявшись выйти на проезжую часть, когда по ней едет серьезный человек.

Есть еще много разных аналогий, но, судя по всему, пропорциональное удвоение того самого валового внутреннего продукта приведет к существенному сокращению населения нашей страны, и это не очень весело.

Но все-таки надо произнести новогодний тост за что-нибудь хорошее. Давайте — за удвоение ВВП, но за удвоение в отдельно взятой полиграфической отрасли. Удвоим и никому об этом не скажем. Думаю, у нас вполне может получиться. Другой вопрос — в какие сроки. Мне кажется, что надо попробовать это сделать за три (ТРИ!) года. Попробуем? И всего лишь через 36 номеров ГАРТ проверим ;-)

Андрей Романов
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ЯНВАРЬ 2005:
ЗАКАЗЧИКИ ПЕЧАТНОЙ
ПРОДУКЦИИ

ФЕВРАЛЬ 2005:
ТЕХНОЛОГИИ СТР

МАРТ 2005:
ЭТИКЕТКА

АПРЕЛЬ 2005:
ДИЗАЙН И БИЗНЕС



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



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

Василий СЕНАТОРОВ

(Продолжение. Начало на с.1)

Занимаемся также и другими расходными материалами для полиграфии, включая краски.

ГАРТ: Из бумажных оптовиков красками занимаетесь только вы?

В. С.: Да, мы единственные. Но на Западе бумажные оптовики занимаются поставками всех расходных материалов. Парк печатных машин в России существенно обновился, используются самые высококачественные бумаги, и краски из некоего технологически сложного продукта превратились в «обычный» расходный материал, объект логистики. Мы отправляем каждый день в отдельную типографию 3–4 т бумаги, почему бы не отправлять туда же и 100–200 кг краски?

Мы начинаем поставки сингапурских красок для офсетной печати. Прекрасные краски, в их производстве используются японские пигменты, а цены — в долларах. Я считаю, они будут очень успешными на нашем рынке. Остаются в нашем ассортименте и немецкие краски Zeller+Gmelin для специальных видов печати.

ГАРТ: Но основой бизнеса является все-таки продажа бумаг?

В. С.: Да, мы занимаемся любыми бумагами, включая отечественные. И если бы какой-нибудь из ЦБК начал делать мелованную бумагу — мы бы с удовольствием ею торговали. Но даже в таких выгодных условиях защищенного рынка ни один из комбинатов так и не смог наладить подобное производство. Все обещают, но никто не делает.

ГАРТ: Но пока и потребление мелованной бумаги в России не так велико?

В. С.: Да, а в Европе бумагу нашего производства никто не ждет. Но перспективы развития этого рынка достаточно хорошие. Средний го-

довой рост объема потребления листовой мелованной бумаги мы оцениваем в 10–15%. В хорошие годы он составляет больше 20%.

ГАРТ: Вы до сих пор поставляете бумаги Zanders?

В. С.: Мы очень благодарны фирме Zanders, нас связывают с этими людьми очень хорошие отношения, но времена изменились. В 1997 г. мы стали партнерами крупнейшего европейского бумажного оптовика — немецкой компании Igepa. На сегодняшний день мы поставляем такие брэнды Igepa, как PROFI и MAXI. Картоны производства ведущих концернов: International Paper, StoraEnso, Cascades и Mayr-Melnhof.

Одним из больших успехов «Дубль В» я считаю предлагаемую нами коллекцию дизайнерских бумаг. В отличие от других поставщиков мы сами подбирали бумаги разных производителей, чтобы создать эту коллекцию, и на сегодняшний день номенклатура на складе составляет в общей сложности более 600 единиц разных видов и плотностей.

ГАРТ: А как насчет этикеточных бумаг?

В. С.: Да, конечно, мы продаем и эти бумаги, правда, на этом рынке есть откровенно демпингующие поставщики. Кроме того, у производителей этикетки самый длинный цикл получения денег за отгруженную продукцию. На это накладывается система дистрибуции алкогольной продукции, акцизные склады и пр.

ГАРТ: Как дела на рынке самоклеящихся материалов?

В. С.: Мы занимаемся конфекционированием рулонных материалов для производства этикеточной продукции. Режем материалы итальянской фирмы Argonvert и одного из Южно-Азиатских производителей, продукция которого не уступает по качеству бумагам ведущих компаний, а по цене оказывается более инте-

ресной для наших заказчиков.

ГАРТ: Это совершенно другое направление бизнеса?

В. С.: Почему же? Мы очень успешно сотрудничаем по фольге и краскам с производителями этикеток, работающими на узкорулонных машинах. У нас не было предложения по запечатываемым материалам, и решение заняться еще и рулонной самоклеящейся бумагой было вполне логичным — клиент должен получать максимум от одного поставщика. Можно сказать, что мы торговали икрой и маслом, а теперь стали предлагать еще и хлеб.

Мы, кстати, стали инициаторами проведения конгресса под названием «Бумага: товар, сырье, носитель информации». В его работе примут участие российские производители бумаги, ее поставщики, издатели, типографии и производители упаковки. Производители бумаги впервые увидят потребителей своей продукции — необходимо создавать общее поле для работы.

Сегодня торговля бумагой — тяжелый бизнес, и конкуренция на рынке очень высокая. Чтобы добиться успеха, поставщик бумаги должен постоянно повышать уровень оказываемого клиентам сервиса. Разница в 20 долл. за тонну бумаги типографию, которая печатает рекламно-коммерческую продукцию, не волнует. Ей необходимо, чтобы бумага была доставлена вовремя и не требовала бы акклиматизации перед печатью.

Наша компания построила крупнейший среди бумажных оптовиков складской комплекс общей площадью около 20 тыс. м². Он расположен в непосредственной близости от МКАД в районе Белой Дачи. Комплекс начнет работать в январе 2005 г. Место под него я активно искал в течение 2,5 лет.

На складе под разгрузкой может находиться сразу до

пяти железнодорожных вагонов, а загружаться — до восьми автомобилей. Большой парк погрузчиков и штабелеров позволяет эффективно организовать весь процесс.

С открытием комплекса ситуация существенно улучшилась. Если мы получаем заявку на поставку бумаги до 18:00 сегодня, то завтра она гарантировано будет в типографии. До этого нам приходилось арендовать четыре склада в разных местах Москвы. Иногда, чтобы собрать бумагу для конкретного заказа, требовалось объехать несколько складов.

Наш парк — 20 грузовых автомобилей. В Москве основная проблема связана с трафиком. Днем машина может добираться до типографии и два, и три часа. А с запретом въезда грузовых машин в пределы третьего кольца мы сталкиваемся с дополнительными трудностями.

Мы призываем типографии перейти на ночной завоз материалов. Мы к этому готовы — склад и сейчас работает круглосуточно, доставка тоже выполняется круглосуточно. Но типографии, даже те, которые работают в три смены, не готовы. Ночью там некому принять бумагу и поставить подпись с печатью.

В Германии у водителя есть ключи от всех небольших типографий, по которым он развозит бумагу. Он приезжает ночью, открывает печатный цех, выгружает бумагу, срывает амбалаж и едет дальше. В России, конечно, такого доверия между типографиями и поставщиками пока нет.

ГАРТ: Все поставщики говорят о сложной ситуации с платежами.

В. С.: Да, некоторые шок 1998 г. забыли, и сегодня проблемы с дисциплиной платежей присутствуют. Есть типографии, с которыми мы работаем много лет, и они платят как часы и имеют прекрасную кредитную исто-

рию. А есть клиенты, для которых не заплатить поставщику материалов вовремя считается нормой. Именно поэтому мы в «Содружестве бумажных оптовиков» (СБО) обмениваемся информацией о фирмах-должниках и стараемся общими усилиями решать проблемы неплатежей. Потому что только совместными усилиями таких «черных овец» можно убрать с рынка.

У большинства поставщиков бумаги есть должники, которые уже ничего не вернут. Их не очень много, но они есть. А три года назад — не было. При низкой маржинальности бизнеса по продаже бумаги каждая такая потеря — болезненна. Чтобы вернуть потерянные 100 руб. нужно продать бумаги на полторы тысячи.

В России пока не существует нормальных кредитных бюро, которые работали бы на этом рынке, отсутствует страхование рисков неплатежей. Мы вынуждены выполнять все эти функции сами.

ГАРТ: То есть роль бумажного оптовика в России возрастает?

В. С.: В нашей стране функция бумажного оптовика намного более значима, чем в Европе. Из-за расстояний, бюрократических и прочих проблем. А в Европе идет глобализация, если 20 лет назад рынок был достаточно размыт, то сегодня восемь крупнейших бумажных оптовиков удерживают 80% рынка бумаги.

ГАРТ: И по рулонным бумагам тоже?

В. С.: Да, практически оптовики берут на себя функции отделов бумаги крупнейших типографий. Можно привести пример крупнейшей европейской типографии Mohn Media. Да, маржа оптовика в таких сделках небольшая, но ежедневное потребление подобной типографии — несколько тысяч тонн различных бумаг.

В России есть не самые крупные типографии, кото-

рые покупают бумагу напрямую у производителей. На первый взгляд — выгоднее. Но для производителя бумаги средняя и даже большая типография, оснащенная листовыми машинами, интересным клиентом не являются. Реальные сроки производства бумаги будут не менее 4–6 недель, а так как нет кредитной истории, то типографии придется заплатить 100% вперед.

При работе с оптовиком у типографии нет необходимости замораживать деньги, иметь большие складские площади и пр. Наша задача — обеспечивать сервис.

ГАРТ: Цены на импортную бумагу выросли?

В. С.: Если говорить о ценах, по которым типографии покупают листовую мелованную бумагу, то они за этот год выросли незначительно. А вот производители бумаги в этом году уже два раза повышали отпускные цены для оптовиков.

Следующее повышение ожидается в начале 2005 г. Оно связано с ростом спроса на мелованную бумагу в Европе. Так что мы тоже будем вынуждены поднять цены с 1 февраля.

ГАРТ: Вы ведь президент СБО, расскажите, как там идут дела?

В. С.: Одним из самых важных мероприятий СБО в этом году стала разработка и принятие «Общих правил торговли бумагой и картоном». Они описывают весь процесс продаж, рассмотрения претензий, а также допустимые отклонения по количеству листов, плотности, толщине и размерам бумаги. Это не наша выдумка, а стандартные европейские правила. Оптовики ведь ничего не производят.

Любая типография может со всей этой информацией ознакомиться для того, чтобы понять, когда ее претензии к оптовику можно считать обоснованными, а когда нет.

гармония развития

Офсетные краски
для листовой
и рулонной печати

PRINTHOUSE
(095) 937 5151

Жидкие краски
для печати на
упаковке

FLEXHOUSE
(095) 782 1382

Краски для
узкорулонных
печатных машин

ARTMARK
LABEL SYSTEMS
(095) 935 8556

Офсетные краски
Trepal для рулонной
печати

ITRACO
(812) 329 2900

БИК
(812) 322 6466

Московское
представительство
ANI PRINTING INKS
Ленинградское ш.
16, стр. 9,
(095) 775 1760





**Олег
КРАСНОБОРОВ**
ОктоПринт Сервис
Директор

ГАРТ: Олег, «ОктоПринт» на рынке совсем недавно. Уже есть результаты работы?

О. К.: Да, компании всего год, но объем продаж, которого мы планируем достичь в 2004 г. составит 6 млн евро. Для поставщика, который начинал с нуля, это неплохой показатель.

ГАРТ: За счет чего удалось добиться такого успеха?

О. К.: Я считаю, что, в первую очередь, это — заслуга коллектива, костяк которого составляют бывшие сотрудники Heidelberg Digital — фирмы, занимавшейся поставками расходных материалов в структуре «Гейдельберг СНГ». Еще одной причиной успеха стало то, что мы сумели создать и успешно внедрить единую ERP-систему планирования и управления продажами, которая позволяет анализировать всю информацию, начиная с оперативной и заканчивая финансовой.

На сегодняшний день у «ОктоПринт» два офиса по продажам в Москве и склад материалов в Зеленограде. Семь автомобилей обеспечивают доставку заказанных материалов в типографии. По два дежурят у офисов и три — на складе. Эти три точки имеют доступ к единому серверу, который хранит и обрабатывает всю информацию. Реально работают три подсистемы: склад, финансовый анализ и работа с клиентами. Это обеспечивает возможность роста компании.

Сейчас мы работаем над созданием интернет-магазина с автоматической диспетчеризацией доставок. Есть две основные задачи поставщика расходных материалов — обеспечить ассортимент высококачественных материалов на складе и оперативную доставку клиентам. И для выполнения последней задачи необходима совершенная сеть продаж: Москва — город большой, пробки возникают постоянно.

ГАРТ: А вы в основном продаете материалы именно на московском рынке?

О. К.: Да, мы концентрируемся на нем, но в ближайшее время открываются два филиала «ОктоПринт» в Екатеринбурге и СПб. Причем они также будут пользоваться единой системой. Нам удобно контролировать, как там идут дела, и

филиалам тоже удобно — они получают готовую систему автоматизации продаж.

ГАРТ: Интересно, на базе чего эта система функционирует? На 1С?

О. К.: Да, мы приняли решение начать с малого и не инвестировать в дорогую систему ERP. Возможно, через год вернемся к этому вопросу, но пока система на основе 1С нас вполне устраивает — и по производительности, и по функциональности.

Средства финансового анализа системы позволяют выделять популярные продукты, можно в течение дня в режиме реального времени контролировать: что отгружено, с какой маржой; какие материалы залежались на складе дольше 30 дней. Очень удобно для принятия решений. На мой взгляд, далеко не у всех есть такая система. Подобные данные могут быть собраны, но на это потребуется время. Этим мы отличаемся от других поставщиков и мне кажется, это одно из наших преимуществ.

Мы занимаемся также и запасными частями для полиграфического оборудования. Хотя это и новая для нас область, но уже сейчас можем предложить широкий спектр запчастей для различного полиграфического оборудования, кроме того, ведем переговоры с различными европейскими производителями.

Для поставок запчастей сразу планируем обеспечить клиенту возможность контролировать через Интернет, на каком этапе поставки находится его заказ. По исполнению каждого этапа заказа можно ему и sms-сообщения автоматически отправлять.

ГАРТ: Как у нормальной курьерской службы типа FedEx или UPS?

О. К.: Да, и сложностей с этим, я надеюсь, не будет. Зато количество звонков клиентов сократится во много раз, менеджеры смогут

спокойно работать, не отвлекаясь на лишние звонки.

Кстати, у нас есть идеи и о том, как модернизировать существующую систему. В этом случае sms-сообщения отправлять не имеет смысла, клиенты знают, что после заказа материалы будут к ним доставлены на следующий день. Тем не менее, постоянным клиентам будет

Я считаю, что через три–четыре года в России будут открыты представительства всех ведущих производителей расходных материалов. Это неизбежно произойдет, когда схлынет волна разборок между государством и крупным бизнесом, и станет ясно, каким путем будет развиваться наша страна. Это логичное развитие ситуации

интересно самим получать, например, справки о том, сколько и чего они у нас покупали. Мы планируем реализовать такой сервис через Интернет.

Автоматизация — это проблема не только поставщиков, но и типографий, которые не имеют нормальных систем управления произ-

Организация продает:

Печатную машину
MAN ROLAND 202 TOB (октябрь 2000 г.)
34 млн. оттисков, новые валики,
отличное состояние

Печатную машину
Планета Вариант Р-24 1983 г.в.
после капремонта (или поменяет на
послепечатное оборудование)

Тел.: (0732) 53-22-00, 53-00-76, 58-88-12

водством. Печатать сегодня умеет любая типография, а вот продавать то, что напечатано — не каждая. Я, например, могу назвать не меньше десяти причин, почему «ОктоПринт» отличается от других поставщиков материалов. Мы находимся в постоянном поиске дополнительных услуг, которые можно предложить клиентам и которых нет у конкурентов. И типографиям тоже следует искать неординарные решения. Например, почему ни у одной из них на сайте в Интернете нельзя увидеть статус выполнения заказа? Кто первый сделает такой сервис — получит конкурентные преимущества.

ГАРТ: Надо сказать, что системы, работающие сегодня в 99,9% типографий, пока не столь совершенны, чтобы сравнительно оперативно (а не раз в смену) отслеживать все этапы производства заказов. Пока еще считыватели штрих-кодов или что-то подобное — редкость в полиграфии.

О. К.: Возможно, но заказчикам печатной продукции такая услуга была бы очень кстати. Могу привести пример. Приехал в фотосалон, который занимается печатью цифровых фотографий, сдал флэш-карту и сию же секунду выпью кофе. А на стене большое электронное табло, на котором для всех заказов видны этапы их производства. Очень удобно. То же самое можно сделать на сайте, чтобы клиент в любой момент мог видеть реальное состояние своего заказа через Интернет.

ГАРТ: Но печать фотографий все-таки несколько проще, чем производство даже элементарного полиграфического заказа. Скажите, сколько сегодня сотрудников в «ОктоПринт»?

О. К.: Пока — 35, после открытия филиалов добавятся еще десять.

ГАРТ: Какие позиции из вашего ассортимента расход-

ных материалов наиболее востребованы?

О. К.: Надо сказать, что наша номенклатура включает более 2 тыс. наименований. Как я уже говорил, кроме расходных материалов мы поставляем еще и быстроизнашивающиеся части — ракельные ножи, присоски и пр. Новый каталог поставляемых нашей фирмой товаров будет объемом более 200 полос.

Если говорить о долях в объеме продаж, то в среднем 30% оборота приходится на краски и лаки, столько же мы продаем и пластин. Политика заключается в том, что мы предлагаем обычно два товара: сравнительно дорогой и более дешевый. Клиенты сами выбирают — что им больше подходит.

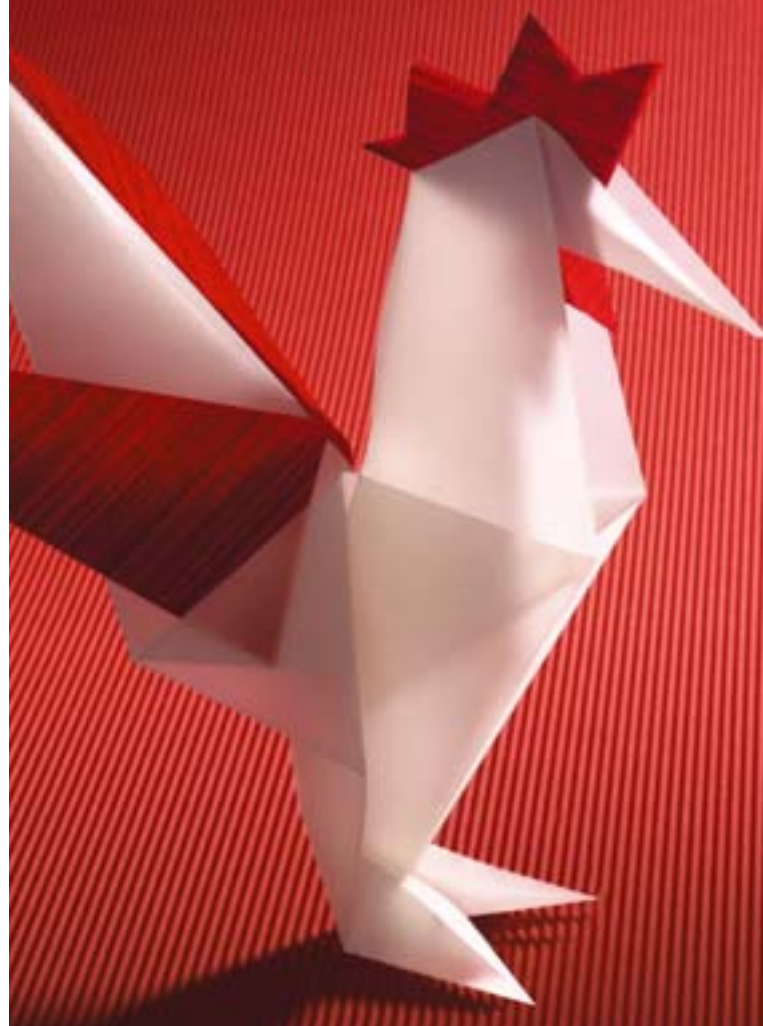
Необходимо отметить, что «ОктоПринт» теперь не продает краски, этим занимается представительство «Хостманн-Штайнберг РУС». Фирма Hostmann-Steinberg входит в группу Huber. Это один из крупнейших европейских производителей самых разнообразных печатных красок и лаков. Представительство работает совместно с «ОктоПринт», используя единую инфраструктуру. Для клиентов практически ничего не поменялось, а для нас сегодня продвижение красок — главная задача.

ГАРТ: Но представительства западных производителей обычно работают напрямую только с крупными клиентами. Вы же планируете продавать краски в розницу?

О. К.: Почему бы нет? Я считаю, что через три-четыре года в России будут открыты представительства всех ведущих производителей расходных материалов. Это неизбежно произойдет, когда схлынет волна разборок между государством и крупным бизнесом, и станет ясно, каким путем будет развиваться эта страна.



КОМПАНИЯ АЛЕКСАНДР БРАУН



**С НОВЫМ
ГОДОМ!**

105264 Москва
ул. 9-я Парковая, д. 37, к. 2
Тел.: (095) 737-6969, 234-0304,
факс: (095) 965-7393
E-mail: post@abraun.ru,
<http://www.abraun.ru>

Олег КРАСНОБОРОВ

(Продолжение. Начало на с.6)

Производители материалов будут вынуждены прийти на наш рынок и потому, что на него приходят международные компании по производству печатной продукции.

ГАРТ: Но это в основном зарубежные производители упаковки, которых в России немало еще с конца 90-х?

О. К.: Придут и другие типографии, например, журнальные. Наш рынок уже дорос до этого. Все крупные западные полиграфические предприятия имеют тесные связи с производителями расходных материалов, и они потребуют наличия некой структуры в России, и логичный выход — создание представительства. Глобализация — процесс необратимый.

ГАРТ: Можно работать и через российского дилера.

О. К.: При работе, например, с крупным производителем упаковки в цепочке не остается места для дилера. Цены на краски настолько низкие, что дилер не сможет на этом чего-нибудь заработать. А логистику обеспечивать нужно. Работа через дилера имеет свои минусы, которые всем известны, производитель не может его полностью контролировать.

ГАРТ: Если опыт продаж офсетных красок у вас большой, то краски для флексографии и других спецвидов печати — новый бизнес?

О. К.: Для нас — да, но для группы Huber это направление совсем не новое и ассортимент таких красок очень большой. Есть опыт производства и продаж красок, нам всегда помогут, поэтому у «Хостманн-Штайнберг РУС» отличные перспективы. На этом рынке играют практически те же производители, что и на офсетном. Рынок уже поделен, но такая же ситуация была, когда мы начинали заниматься офсетными красками. Нужен просто правильный, системный подход к бизнесу, и можно получить свою долю рынка, который, к тому же, еще и растет достаточно высокими темпами. Надо с чего-то начинать, постепенно становиться заметным игроком на рынке.

ГАРТ: Как дела на рынке пластин?

О. К.: Неплохо, мы поставляем офсетные пластины под собственными марками: OktoPlate и XtraPlate. Одни делают в Италии, другие — в Китае. У нас, кстати, очень хорошие связи с китайскими производителями, ну а цена в долларах — неоспоримое преимущество на сегодняшний день.

ГАРТ: Вы поставляете еще и пластины Kodak Polychrome Graphics (KPG)?

О. К.: Мы занимались этими материалами, но с каждой закупкой ситуация становится все хуже и хуже. Мы продаем только немецкие пластины KPG, а многоуровневая система производства и поставок этой фирмы очень часто дает сбои. Решать проблемы никто не хочет. Поэтому, несмотря на то, что пластины очень неплохие, у нас нет желания работать с KPG. Вообще, я считаю, что позиция ключевых менеджеров этой фирмы по отношению к российскому рынку, мягко говоря, недальновидная.

ГАРТ: Олег, торговля расходными материалами — прибыльный бизнес?

О. К.: Да, конечно, но сейчас все больше становится типографий, которые, мягко говоря, оплачивают материалы не совсем вовремя. Рабочий день каждого нашего менеджера начинается с анализа списка неплательщиков и рассылки им сверок расчетов.

ГАРТ: А вот бумажники уже ведут обещания «черные списки».

О. К.: Мы бы приветствовали объединение усилий поставщиков расходных материалов с целью создания таких же списков. Но, на мой взгляд, этим все-таки не должны заниматься поставщики расходных материалов. С точки зрения цивилизованного бизнеса, в России должны открыться нормальные кредитные бюро, как на Западе. Они и будут заниматься кредитованием типографий. У каждой появится своя кредитная история, и тогда типография будет реально бояться попасть в «черный список», ведь после этого она может вообще не получить кредит или получить, но уже под гораздо большие проценты.

ГАРТ: Какие у «ОктоПринт» планы по развитию?

О. К.: Все должно делаться в комплексе, и на данном этапе нам необходима единая производственно-складская база. Но в России, в отличие от других стран, нет соответствующих условий, нельзя нормальным образом получить участок с готовой инфраструктурой. Власть пальцем не пошевелит для того, чтобы помочь серьезному инвестору, который и денег заплатит, и рабочие места создаст. Нет единой политики, за исключением очень крупных проектов. Это существенно сдерживает развитие таких компаний, как наша. Приходится ездить и смотреть самые разные помещения. Чаще всего они не приспособлены для наших целей. Почему нельзя сделать цивилизованные промышлен-

ные зоны с офисными, производственными и складскими помещениями? То, что на Западе является нормой и всячески поддерживается местными властями — у нас просто отсутствует.

ГАРТ: Но полиграфия вообще попадает в поле зрения государственной власти только при замене купюр, выпуске акцизных марок и подготовке к выборам. Может, это и хорошо, что мы не добываем нефть и не продвигаем услуги сотовой связи... А насколько большой «комплекс» нужен сегодня фирме «ОктоПринт»?

О. К.: С перспективой на пять лет нам нужно более 3 тыс. м². Из них 2 тыс. под склад, 500 м² под производство. Не менее 500 м² — для офисной части. Хочется сделать хорошо, а не тяп-ляп, чтобы все было «как у них» и в одном месте. Мы планируем установить две станции для смешивания красок — офсетных и флексо. Предполагаем и развитие по лакам, но пока с помещениями вопрос не решен.

Если говорить о расширении ассортимента, то нельзя не упомянуть систему смешивания красок HKS. Создателями ее были крупнейшие европейские производители печатных красок, среди которых компания Hostmann-Steinberg. Эта система похожа на Pantone Formula Guide, использует те же базовые краски, но имеет отличительную особенность. Для каждого цвета рецептура зависит от запечатываемого материала, и на любом материале получается одинаковый цвет, а не так, как в Pantone — на мелованной бумаге один, а на немелованной — другой. Это очень важно для производителей упаковки и рекламно-коммерческой продукции. Мы предполагаем активно продвигать свои услуги по смешиванию красок в системе HKS. Кстати, ищем инициативного менеджера по продвижению этих услуг.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

НА «БУМАЖНЫЕ»

ГАРТ и GART digital

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

ИРКУТСКИЕ ГАЗЕТЫ

Беспрецедентный план Издательского Дома «Комсомольская Правда» и фирмы «НИССА Медиа-Проект» развернуть по России и СНГ сеть из 24 самых современных газетных типографий успешно претворяется в жизнь.

А «первая ласточка» этого проекта — типография Агентства «КП-Иркутск» — уже работает на полную мощность. Данное предприятие строилось «с нуля». Типография оснащена системой СТР фирмы Creo, комплектом различного оборудования для вывода и упаковки газет от лучших мировых производителей. Рулонная офсетная печатная машина Goss Community, установленная в «КП-Иркутск», имеет оптимальную конфигурацию для печати цветных и черно-белых газет.

Машина такого уровня — единственная в Иркутской области. Именно она теперь задает тон на региональном газетном рынке. Сейчас в новой типографии печатается более десятка наименований газет с цветными приложениями и вкладками, среди которых — «Комсомольская правда», «Советский спорт», «Компьютерное обозрение» и другие. Общий суточный тираж составляет около 100 тыс. экз., что еще далеко не предел возможностей установленной печатной машины.



ОПЯТЬ В ГЕРМАНИЮ

В конце ноября компания «Гейдельберг СНГ» организовала для ряда своих клиентов поездку в Германию.

Одной из главных целей визита было подробное знакомство с листовой печатной машиной нового поколения — Speedmaster XL 105. Технологические новшества присутствуют во всех элементах этой машины. Ее максимальная скорость печати 18 тыс. отт/ч, а формат запечатываемых материалов до 75x105 см.

На машине SM 102-10-P6 была продемонстрирована новая система подачи запечатываемого материала из рулона с разрезкой на листы. Perfecting

Coating System — модульная система лакирования, которая устанавливается вместо устройства смывки офсетного полотна в пятой и десятой печатных секциях. Это решение делает машину более универсальной. Можно осуществлять печать в 10 красок с переворотом или без, а можно печатать и лакировать за один прогон, правда уже только в четыре или девять красок.

Была также проведена презентация печатной машины Speedmaster CD 102-LY-6-LYYLX Duo с секцией флексографской печати, которая устанавливается перед офсетными. Она может использоваться, например, для нанесения белой краски на металлизированные или прозрачные материалы. Возможно также нанесение разных лаков.

Кроме того, у участников тура вызвала интерес презентация «Как Prinect может увеличить производительность», проведенная в Принт Медиа Центре. В ходе презентации были подробно рассмотрены главные элементы, задействованные в Production и Management Workflow, а также был полностью симулирован процесс производства брошюры, начиная с приема заказа, создания Job Ticket и заканчивая послепечатной обработкой, калкуляцией выполненного заказа и отгрузкой готовой продукции.

С Новым годом!

2005

настроение праздника

www.bereg.net бумага и картон

191186, Санкт-Петербург
Б. Конюшенная ул., д. 29
тел: +7 812 329-91-91

115201, Москва
2-й Варшавский проезд, 6
тел: +7 095 232-26-10

и еще более чем
в 30 городах России и стран СНГ

Анатолий КАТАНСКИЙ

(Продолжение. Начало на с. 1)

ГАРТ: Но при продаже такой большой доли Вы практически теряете контроль над предприятием?

А. К.: Скажем так, все это обсуждаемые вещи и мы будем разговаривать с покупателем. Конечно, никто не хочет терять контроль. Может быть, мы продадим не 60%, а 49%. Все зависит от того, кто станет новым партнером, каковы будут его планы, насколько он будет заинтересован в развитии предприятия и дополнительных инвестициях. Мы начинали с нуля и добились успеха, теперь хочется сделать следующий «выстрел».

ГАРТ: Цена в 180 тыс. долл. за 60% вашего предприятия выглядит несколько заниженной.

А. К.: Вы правы, это заниженная цена, отражающая только стоимость оборудования. Мы предложили потенциальному инвестору некоторую оценку этой доли. Без учета стоимости слаженного коллектива, отработанных технологий, клиентской базы, раскрученного имени, домена sору.ru и других активов.

ГАРТ: Ваш бизнес начинался с репроцентра?

А. К.: Да, в мае 1998 г. мы приобрели первое фотовы-

водное устройство фирмы ECRM. Аналоговая цветопроба, четыре компьютера, две комнаты общей площадью 25 м² — с этого все и началось. Потом мы приобрели фотонабор Quazar, а вслед за этим два устройства фирмы AGFA — Avantra 25S и Avantra 25XT.

ГАРТ: А когда появилось печатное оборудование?

А. К.: В 2001 г. были приобретены ризограф и Xerox DC 12. Параллельно мы стали задумываться о приобретении офсетной печатной машины. Достаточно долго ее выбирали. Рассматривали Heidelberg Speedmaster и Ryobi серии 520. Вначале приобрели неновую машину Ryobi 522HX, ее состояние нам не понравилось, и мы купили такую же новую, а в 2002 г. еще одну. Так что на сегодняшний день у нас две машины Ryobi 522HX.

ГАРТ: Не страшно было ввязываться в бизнес офсетной печати, ведь некоторые ваши коллеги имели к тому моменту уже не самый успешный опыт по «пристраиванию» офсетной типографии к репроцентру?

А. К.: Нет, не страшно. Когда мы приобрели три фотовыводных устройства и поняли, что этого достаточно, стали думать, куда развиваться. Была идея открыть еще несколько репроцент-

**Когда мы покупали первое фотовыводное устройство, нам говорили: «Зачем оно вам, через пять лет вообще ни одного фотонабора не останется...»
Прошло шесть с половиной лет и до сих пор говорят о том, что «через пять лет...»**

ров и пунктов приема заказов в Москве. Был даже проект создания по образцу и подобию репроцентра в Голландии. Третьим вариантом развития стало создание собственной типографии.

Перед принятием окончательного решения мы взяли на работу пару менеджеров по работе с полиграфическими заказами. Переразмещали их в дружественных типографиях. Когда

их объем продаж достиг 25 тыс. долл., мы поняли, что машину окупить сможем. Так оно и получилось.

А приобрести на пустом месте четырехкрасочную машину за миллион долларов, быстро загрузить и окупить ее — идея амбициозная, но не самая удачная. Мы бы не смогли.

ГАРТ: Каков сейчас штат предприятия?

А. К.: Около 40 человек — по 15 сотрудников в репроцентре и типографии, четыре менеджера, два человека в бухгалтерии.

У нас отлаженная технология по работе с клиентами. Можно привести пример — когда мы год назад переехали, то потеряли всего около 5% постоянных клиентов. Сам переезд занял буквально два дня. После этого машины уже начали работать.

ГАРТ: И сколько теперь у Вас производственных площадей?

А. К.: В общей сложности 500 м². Раньше в этом помещении был просто производственный цех. Мы построили все перегородки, сделали ремонт. Вложили деньги в систему централизованного кондиционирования. Все это обошлось совсем не дешево.

ГАРТ: То есть Вы планируете остаться здесь надолго?

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

Если Вы не получаете ГАРТ и GART digital, но хотели бы получать их регулярно — заполните и пришлите в редакцию по факсу или по почте эту анкету. Аналогичную анкету можно заполнить в Интернете на сайте www.gart.ru

Ваша фирма — это:

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

☐ прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

HILVERSUM: ИДЕТ РАБОТА...



А. К.: Нет, мы предполагаем, что это помещение для нас не последнее. Арендная плата небольшая, но в перспективе здание пойдет под реконструкцию и, вероятно, через полгода придется искать новое. Такова наша реальность.

ГАРТ: Уже придумали, что будете делать?

А. К.: Идея простая: я хочу недалеко от выхода из станции метро «Третьяковская» или «Новокузнецкая» сделать центр приема заказов. Такой красивый, с большими стеклянными витринами, вывеской и пр. Это все-таки наш район, и у нас много «территориальных» заказчиков. Типография должна будет находиться недалеко, скажем, на Павелецкой. Там можно найти подходящие помещения.

ГАРТ: Для Hilversum важно территориальное расположение именно в районе метро «Третьяковская–Новокузнецкая»?

А. К.: Да. Для репроцентра, я считаю, очень важно. Клиенты уже привыкли сюда приезжать, им удобно.

Заказчики у нас совершенно разные. Посредники, частные предприниматели,

фирмы разного масштаба. Для типографии это не так важно, у нас есть курьеры и автомобили для доставки готовой продукции.

ГАРТ: На сегодняшний день в Hilversum три подразделения: дизайн-студия, репро-центр и типография?

А. К.: Я бы сказал, что производственных подразделений два. Дизайн-студия — просто вспомогательное подразделение для обслуживания наших клиентов, не участвует в дорогих тендерах на разработку логотипа авиационной или нефтяной компании и особого дохода не приносит. Скорее, она занимается не совсем дизайном, а высококачественной допечатной подготовкой и входит в структуру репроцентра. Для студии мы приобрели планшетный сканер высшего класса. Предлагаем высококачественное сканирование любых оригиналов.

ГАРТ: Но сегодня в каждом издательстве и рекламном агентстве есть какой-нибудь сканер и несколько цифровых камер. Услуги по сканированию все еще востребованы?

А. К.: Сканеры у всех есть и камеры тоже, но изображение нужно не просто перевести в электронный вид, его необходимо обработать, и у нас есть очень хорошие специалисты. Мы делаем обработку изображений и допечатную подготовку для известных журналов.

ГАРТ: Хорошо, а что приносит большой доход: фотывывод или типография?

А. К.: В усредненном ежемесячном доходе около 100 тыс. долл. их доли приблизительно одинаковы. Прибыльность — тоже, у каждого — около 15%.

ГАРТ: Бизнес с выводом пленок не сокращается?

А. К.: Нет. Мы выводим очень много. Большинство типографий не могут себе позволить купить собственное фотывыводное устрой-



Расходные материалы для полиграфии



МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 99-7820, 99-7821
СИБИРЬ
Тел.: (3832) 12-5155, 12-0125

УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267
ЮГ
Тел.: (8632) 52-6704, 58-9778
УКРАИНА
Тел.: +380 (44) 212-2619
КАЗАХСТАН
Тел.: (3272) 98-0154, 50-3741

Анатолий КАТАНСКИЙ

(Продолжение. Начало на с. 1)

ство, а уж тем более — систему СТР. Им важнее приобрести новую резальную или фальцевальную машину, а пленки выводить у нас. Мы работаем круглосуточно, добраться до нас легко. Зачем типографии заводить все это хозяйство у себя и иметь дополнительный штат сотрудников?

Еще когда мы покупали первое фотывыводное устройство, нам говорили: «Зачем оно вам, через пять лет вообще ни одного фотонабора не останется...» Прошло шесть с половиной лет и до сих пор говорят о том, что «через пять лет...» Я думаю, что не все так плохо на этом рынке.

ГАРТ: Но цены на фототехническую пленку в этом году резко выросли?

А. К.: Да, грубо говоря, они из долларов перешли в евро. Мы цены на вывод пленок еще не поднимали, пока у всех игроков они одинаковые, но если евро будет расти и дальше, то, видимо, поднимать придется.

ГАРТ: Как же удастся компенсировать такой существенный рост цен на материалы?

А. К.: Это, конечно, ударило по карману, но мы стараемся экономить пленку. Если раньше этому уделялось не так много внимания, то теперь оператор очень серьезно думает над оптимизацией расхода пленки. Получает премию за экономию. Если раньше мы брали только один формат пленки, то теперь покупаем три, чтобы эффективно размещать разные заказы.

ГАРТ: Какие планы по развитию?

А. К.: Планы, конечно, зависят от того, кому мы все-таки продадим долю в предприятии. Если говорить о развитии типографии, то ясно, что нужно взамен одной двухкрасочной машины покупать четырех-пятикрасочную, хотелось бы еще и с секцией лакирования. У нашей компании хорошая кредитная история, мы получали оборудование в кредит от поставщиков, а последнюю печатную машину брали в лизинг.

ГАРТ: Если на рынке вывода пленок все так хорошо, то, может быть, стоит приобрести фотывыводное устройство полного формата?

А. К.: Мы все очень внимательно посчитали, и получилось, что менее десяти процентам наших заказчиков требуется вывод пленок полного формата. Когда мы покупали фотонаборы, такое устройство стоило около 150 тыс. долл. Окупить его было совсем непросто. А сегодня именно в типографиях с маши-

нами полного формата устанавливают в первую очередь устройства СТР. Так что нам покупать сейчас полноформатный фотывывод не имеет смысла.

Что касается имеющихся у нас фотывыводных устройств, то они находятся в отличном состоянии, у нас прекрасные специалисты, которые следят за ним.

ГАРТ: А DC 12 еще работает?

А. К.: Да, прекрасно работает. Он у нас на полном сервисном контракте в «Ксерокс СНГ» и находится в идеальном состоянии. Есть рекламное агентство — наш заказчик, они приобрели себе более новую машину и не смогли добиться такого же качества печати, как у нас.

ГАРТ: То есть все хорошо?

А. К.: Да, и я оцениваю этот бизнес как имеющий перспективы роста. По нашему объявлению звонят и существующие типографии, и рекламные агентства, и просто крупные предприятия, которые размещают много заказов на производство печатной продукции. Есть, конечно, и просто инвесторы, заинтересованные в том, чтобы вложить деньги и получить прибыль.

ГАРТ: А региональные типографии не обращались? Ведь для серьезной питерской, рязанской, тульской или новгородской типографии, которая все равно имеет свое представительство в Москве, это могло бы быть логичным этапом развития?

А. К.: Пока большинство звонков — московские. Возможно, люди из региональных типографий просто не посещают сайт, где мы разместили наше объявление.

ВОТ ТЕПЕРЬ
МОЖНО И...
ПООБЩАТЬСЯ!

Новые форумы
на **www.kursiv.ru**

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

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

ТЕРЕМ — ЕДИНСТВЕННЫЙ ДИСТРИБУТОР ECRM

В деабре с. г. в штаб-квартире ECRM Imaging Systems состоялась встреча Ричарда Блека, президента и исполнительного директора компании ECRM, и Вадима Дуды, управляющего холдингом «Терем». Стороны подвели итоги сотрудничества за год и согласовали дальнейшие планы по развитию и упрочению взаимоотношений.

Год назад «Терем» сообщил о начале продаж фотонаборных устройств и систем СТР компании ECRM. Итоги за год — 13 контрактов на поставку СТР ECRM, что составило 90% всех российских продаж этого производителя. Около половины всех поставок пришлось на долю газетных производств, основой решения для которых стали специализированные системы Mako News и полностью автоматизированная версия Mako News Matic. Не менее значительных результатов удалось достичь и в сегменте коммерческой печати, где наибольшей популярностью пользовались планшетные устройства формата 4-up ECRM Mako 4, оснащенные фиолетовым лазером и обеспечивающие разрешение до 3556 dpi.

Появление в ассортименте компании «Терем» экспонирующих устройств полного формата Mako 8-up и сверхбольшого формата Mako HV является хорошей предпосылкой для достижения намеченных целей сотрудничества на 2005 г.

Руководство ECRM полностью удовлетворено итогами работы с компанией «Терем» и приняло решение об изменении ее партнерского статуса. В результате с 2005 г. «Терем» становится единственным официальным дистрибутором ECRM Imaging Systems на территории России. Для компании «Терем» новый статус является, прежде всего, подтверждением высокого уровня ведения бизнеса и правильности выбранной стратегии на повышение качества услуг и сервиса.

Изучив потребности клиентов и получив опыт внедрения СТР ECRM, специалисты компании «Терем» обратились к производителю с инициативой по адаптации поставляемого оборудования к особенностям российского рынка. В результате осенью 2004 г. были анонсированы продажи модели Mako HV, обладающей уникальным охватом форматов экспонируемых пластин: от 254x254 до 836x1230 мм. Это решение актуально для производств, где используются популярные в России печатные машины ПОГ 168 и Rondoset.



МОСКВА, PRINTCITY

1 декабря в московском отеле «Маритт Гранд» прошло первое мероприятие PrintCity — альянса, объединяющего лидирующих производителей оборудования и расходных материалов. На семинаре, посвященном технологи-

ям рулонной печати с сушкой (Heatset), выступили ведущие специалисты таких авторитетных производителей и членов PrintCity, как MAN Roland, MEGTEC, Sun Chemical и др. Подтверждением актуальности рассматриваемых проблем стало присутствие на мероприятии большого числа руководителей и ключевых сотрудников крупнейших российских полиграфических предприятий, занимающихся производством журналов. Надеемся, что время было потрачено не зря.

БОЛЬШИЕ ПЛАНЫ

Компания «ЯМ Интернешнл» и группа POL.S.TAR пригласили журналистов на презентацию системы FujiFilm Luxel Vx-9600 CTP в автоматической конфигурации. CTP обеспечивает экспонирование фиолетовых фотополномерных пластин и установлено в журнальной типографии POL.S.TAR в Химках.

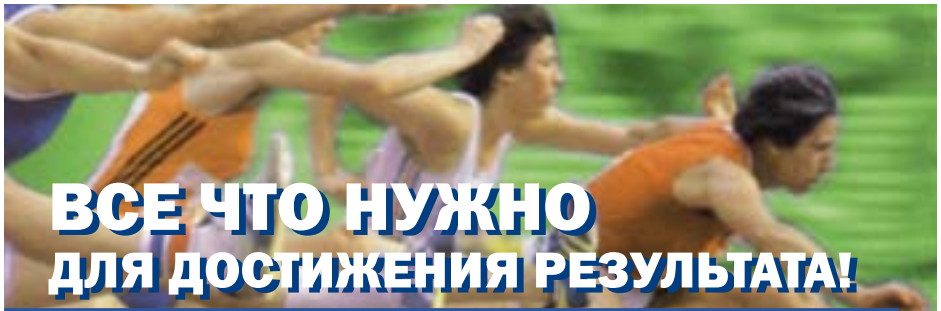
Обосновывая выбор системы FujiFilm, президент холдинга POL.S.TAR С. Н.Тарубаров сказал: «Мы долго изучали вопрос технологий и предположили, что совместный опыт Crosfield Electronics и FujiFilm дадут продукт высокого качества. И не ошиблись».

Презентация плавно переросла в дискуссию о перспективах технологий CTP на российском рынке, которые разные участники рынка оценивают по-разному. Еще одной интересной темой для обсуждения стали планы по развитию группы POL.S.TAR. Сергей Тарубаров продемонстрировал собравшимся проект строящегося здания, в котором будут объединены четыре полиграфических производства, входящих сегодня в состав группы.

НОВЫЙ ПОСТАВЩИК ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ВЫСЕЧКИ

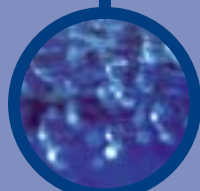
Фирма «Лазерпак» известна как один из ведущих российских производителей оснастки для высечки. С недавнего времени она начала также поставлять и соответствующее оборудование, став эксклюзивным представителем британской компании Baysek Machines Limited.

В составе линейки оборудования Baysek — автоматические прессы для высечки с секциями удаления отходов Cutter MKII. Максимальный формат 1300x1700 и 1600x2100 мм. Для производства гофротары предлагаются полуавтоматические прокатно-высечные станки Clipper форматом от 1000x1000 до 3000x3000 мм (в 90-х гг. эти станки были известны в России под торговой маркой Shear Line).



Краски, лаки и вспомогательные материалы фирмы

Arets Graphics (Бельгия)



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



РеаЛайн

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

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

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

Чем хуже, тем лучше?

Вряд ли кто-нибудь будет спорить, если мы назовем российский полиграфический рынок непредсказуемым. После того, как стало ясно, что «по умолчанию» с января 2005 г. будут отменены льготы для СМИ, некоторые вполне серьезные организации заявили о том, что они «помогут». К борьбе за права печатных средств массовой информации подключились самые разные общественные организации, не всегда имеющие отношение к издательскому бизнесу. Среди них даже Российская торгово-промышленная палата. Видимо, многие, внезапно прозрев поняли, что издательство и полиграфия — на самом деле крупный и в большом числе случаев прибыльный бизнес. Почему бы ему не «помочь»?

Эта статья пишется в конце декабря, поэтому ситуация еще до конца не ясна. Но что будет, если льготы отменят? Для ГАРТа, например, ситуация ухудшится. Возрастут затраты на почтовую рассылку и увеличится НДС при расчетах за рекламу (это я специально для рекламодателей). А вот для типографий, которые конкурируют с финскими и украинскими, ситуация станет лучше, потому что издателям придется платить НДС по полной схеме при импорте печатной продукции. Так же, как должны платить НДС импортеры бумаги. Журнальные типографии давно уже ждали такого решения и дождались.

Если вспомнить российский кризис 1998 г., то он тоже, скорее, привел к развитию полиграфии, чем к сокращению числа типографий. Несколько месяцев все, конечно, пребывали в состоянии шока, но потом все вернулось на

круги своя. Конечно, цены уже были другими, но полиграфия работала. Стали появляться в большом количестве новые типографии. А закончилось все бумом продаж печатного оборудования, наставшим в 2000–2002 гг. Это если не вспоминать производство упаковки, в котором вместо кризиса был резкий рост объемов производства.

Редакция покопалась в архивах новостей и обнаружила отчет TrendWatch (TW), посвященный динамике сокращения числа типографий в США. Странно, что мы раньше эти данные не публиковали. Правда, они и появились не так давно.

Что интересно — количество типографий в США, по оценкам TW, сокращается. Можно, конечно, предположить, что процесс этот шел в связи с общим экономическим спадом после терактов 11 сентября, эффект которых до сих пор обуславливает неоднозначную ситуацию на американском рынке. Но взгляните на диаграмму — на самом деле на динамику сокращения количества типографий в США он не повлиял, скорее, даже наоборот. Сокращение количества типографий замедлилось именно в период кризиса. По крайней мере, данные уважаемой исследовательской компании демонстрируют именно это. Значит, там тоже — чем хуже...

Так, может быть, это не наша российская специфика, а простая мировая «полиграфическая тенденция»? Возможно, количество типографий совершенно не зависит от текущего этапа развития экономики страны? И даже наоборот — являясь достаточно стабильной отраслью (по крайней мере по нашим оценкам, а не по данным Федеральной службы статистики), привлекает инвестиции в самые тяжелые для экономики периоды?

ПЕРВАЯ ИЗ ВТОРОЙ ОЧЕРЕДИ

16 декабря 2004 г. ПК «Пушкинская площадь» объявил о вводе в эксплуатацию первой из двух рулонных печатных машин второй очереди — Heidelberg Sunday 4000/48. Это первая машина подобного уровня, установленная в СНГ и странах Балтии. Кроме нее в состав второй очереди входит еще одна машина Sunday 4000, поставка которой запланирована на весну 2005 г., а также самый современный комплект допечатного и брошюровочного оборудования. Это позволит «Пушкинской площади» выйти на уровень лучших европейских типографий и стать лидером среди журнальных типографий в России. Общий объем инвестиций для запуска второй очереди составил 2,1 млрд руб.

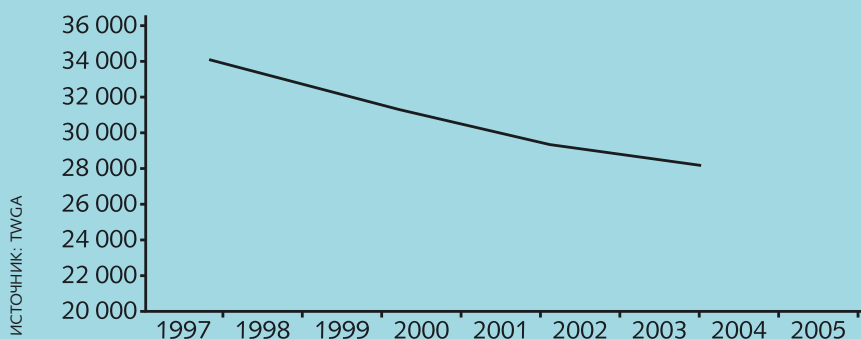
«Государственная поддержка полиграфической отрасли на любом уровне — федеральном или местном — позволяет создать действительно конкурентоспособную среду и способствует возрождению отрасли, — отметил генеральный директор ОАО «Полиграфический комплекс «Пушкинская площадь» О. М. Попцов. — Комплекс «Печатники» — наглядный пример вложения бюджетных средств в реальный сектор экономики, находящийся на подъеме, что, безусловно, говорит об уникальности этого проекта, сочетающего в себе инвестиционную привлекательность и социальную значимость».



ИЗ ЖИЗНИ ПРОКУРОРА

В Издательстве «Известия» прошла презентация новой книги — «Записки прокурора». Ее автор, Руслан Тамаев, прошел длинный путь от простого следователя прокуратуры до заместителя начальника Управления по расследованию особо важных дел Генеральной прокуратуры РФ. Сегодня он советник Генерального прокурора РФ. На презентацию собрались известные представители московской чеченской диаспоры, которые, выразив самое глубокое уважение автору, перешли к обсуждению общеполитических вопросов.

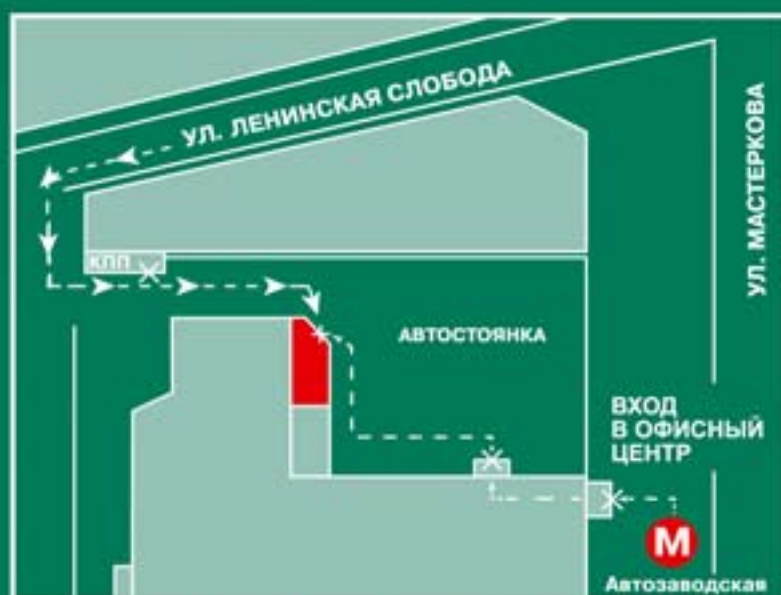
**СОКРАЩЕНИЕ ЧИСЛА ТИПОГРАФИЙ В США
В ПЕРИОД 1997–2004 гг.**



**ОТКРЫТИЕ УНИКАЛЬНОГО МАГАЗИНА
ДЕКАБРЬ 2004 ГОДА**

МИР БУМАГИ

- ▶ ПРОДАЖА БУМАГИ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ФОРМАТОВ ОТ ОДНОГО ЛИСТА
- ▶ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
- ▶ РЕЗКА БУМАГИ НА ФОРМАТ ЗАКАЗЧИКА
- ▶ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ОБРАЗЦОВ БУМАГ
- ▶ БОЛЕЕ 1000 НАИМЕНОВАНИЙ БУМАГ И КОНВЕРТОВ, ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- ▶ УДОБНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ, НЕДАЛЕКО ОТ МЕТРО



ЧАСЫ РАБОТЫ: с 09-00 до 18-00; ВЫХОДНЫЕ ДНИ: суббота, воскресенье

ПОСТАВКА БУМАГИ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

DoubleV

ГРУППА КОМПАНИЙ "ДУБЛЬ В"

РОССИЯ, 115280, МОСКВА, УЛ. МАСТЕРКОВА, Д. 4,
ТЕЛЕФОН: (095) 725 0888 - многоканальный, ФАКС: (095) 725 0898,
E-MAIL: info@doublev.ru, INTERNET: www.doublev.ru



Printmaster PM 52 – успешное будущее малых и средних типографий

Идеальное решение для становления и развития производственной базы типографии. Высокая скорость, отличная производительность, неизменно

высокое качество печати плюс широкие возможности оснащения машины – основа успеха и перспективы роста вместе с Heidelberg Printmaster PM 52.

Гейдельберг СНГ 127550, Москва, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 775 80 20, факс: (095) 775 80 22
E-mail: Moscow.HD-CIS@heidelberg.com
www.heidelberg.ru

HEIDELBERG