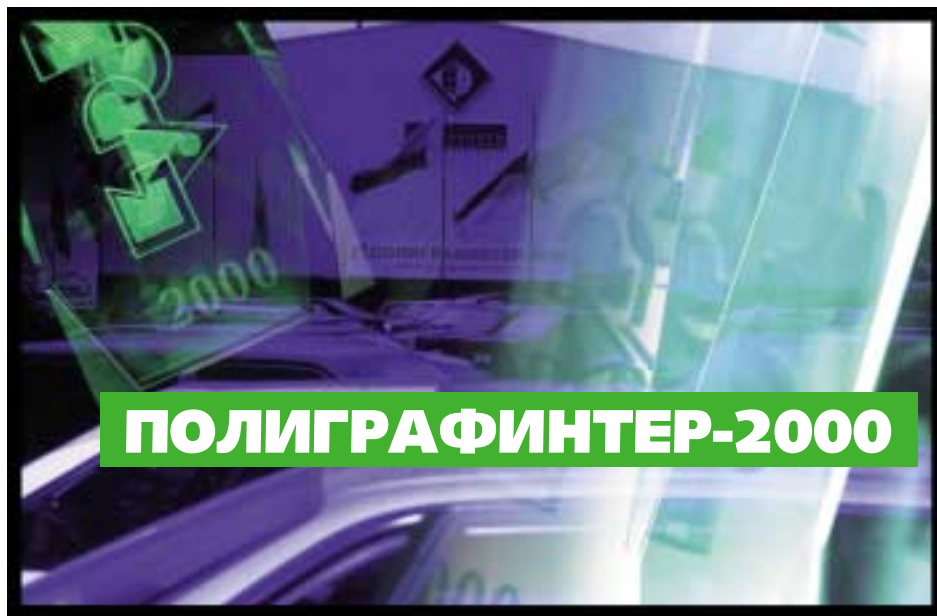


ГАРТ

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 5 ■ НОЯБРЬ 2000

**КТО
ПОЛУЧИЛ
БОЛЬШОЙ
МАРЗАН?**

с. 5



ПОЛИГРАФИНТЕР-2000

**Типография
«НОВОСТИ»:
Я считаю очень
трудным клиентом**

**«БЕРЕГ»:
Если листовая
мелованная бумага
продается по цене
около 1000 долларов
за тонну, то это
гарантированно
второй сорт**

**RYOBI в России:
стратегия одного
дистрибьютора**

**Интернет
за пределами МКАД**



**Светлана
Васильевна
ИВАНОВА**
Типография
«Новости»
Генеральный
директор

ГАРТ: Светлана Васильевна, наш номер посвящен завершившейся выставке «ПолиграфИнтер». Как Вам понравилась выставка в этом году?

С.И.: Я была на ней только в первый день и очень недолго. Правда, была еще и во время монтажа. Это самый подходящий момент увидеть оборудование в его «механическом» состоянии. Именно во время этих посещений мне удалось решить ряд технических вопросов с зарубежными специалистами. Повезло — все нужные люди сразу нашлись. У нас есть две рулонные машины Rockwell Tribune. Мы сами лет пять назад сделали третий ударный фальц для книжного формата, но все-таки оставалось ощущение, что надо купить фирменный, который, возможно, лучше. С выставки удалось утащить немецкого специалиста и привезти к нам. Показали ему это устрой-

(Продолжение на с. 4)



**Кирилл
УСОВ**
«Берег»
Директор
по маркетингу

ГАРТ: Кирилл, в прошлом номере ГАРТа опубликовано интервью с А. Высоккиной, генеральным директором фирмы «Регент», в котором она дает оценку тенденциям на российском рынке бумаги. Какова Ваша точка зрения?

К.У.: Я, безусловно, согласен с Анастасией в том, что «резких изменений на бумажном рынке не произойдет». Ведь на самом рынке полиграфических услуг никакой революции не происходит. Объем импорта бумаги растет как в обычные годы, хотя, возможно, более быстрыми темпами развиваются секторы упаковки и этикетки. Несмотря на то, что Drupe-2000 продемонстрировала торжество цифровых технологий, российский рынок пока его не чувствует, но когда эта тенденция станет определяющей и в России, можно ожидать серьезных перемен на бумажном рынке.

(Продолжение на с. 12)

В НОМЕРЕ:

В ТЯЖЕЛОМ ВЕСЕ — ПОБЕДА ЗА ЯВНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ **3**

«ХРУСТАЛЬНЫЙ МАРЗАН»: СПИСОК ЛАУРЕАТОВ **5**

«ПОЛИГРАФИНТЕР-2000»: ОБЗОР ВЫСТАВКИ **6**

RYOBI В РОССИИ И В XXI ВЕКЕ **10**

ЧЕМУ РАВНА СКОРОСТЬ СВЕТА В ПОДМОСКОВЬЕ? **14**

НИКТО НЕ ХОТЕЛ ОПОЗДАТЬ **14**



полиграфия
издательское дело
реклама

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ «ПОЛИОРИ-2001»

- ◆ Материалы для полиграфии
- ◆ Бумага и картон, специальные сорта бумаги
- ◆ Материалы для множительной техники, принтеров, плоттеров и т.п.

- ◆ Оборудование для издательских систем и формных процессов
- ◆ Оборудование для изготовления малотиражной продукции
- ◆ Средства контроля качества

- ◆ Системы создания и распространения электронных изданий, электронные носители информации
- ◆ Шрифтовое и программное обеспечение для издательского дела и рекламы
- ◆ Программное обеспечение и компьютерные системы управления полиграфическими предприятиями, издательствами и рекламными агентствами

- ◆ Услуги полиграфические, издательские, рекламные
- ◆ Информационные услуги и информационные ресурсы
- ◆ Логистика; транспортные, складские, экспедиционные услуги
- ◆ Услуги по обучению и переподготовке персонала

- ◆ Запасные части для полиграфического оборудования, компьютерной техники, фотонаборных автоматов и пр.
- ◆ Сервисное обслуживание оборудования

Оргкомитет: тел/факс: (095) 924-6966, 924-0579; e-mail: surpress@pol.ru; http://www.print.ru

ГАРТ

Всемирные полиграфические новости
Ежемесячное издание для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России
Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307

Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Адрес редакции:

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

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Размещение рекламы: агентство AAGA

Подписано в печать: 30.11.2000

Отпечатано в типографии

«Холдинг-Принт»,

Москва, Пакгаузное ш., д. 1

Телефон: (095) 153 3333

Заказ №

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2000

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция

ответственности не несет



В ТЯЖЕЛОМ ВЕСЕ — ПОБЕДА ЗА ЯВНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ

В августовском номере я обещал читателям, что мы увидим на выставке «ПолиграфИнтер-2000» то, как складывается ситуация на рынке печатных машин в России. Можно или нельзя делать оценки объемов продаж и долей рынка по представленным на стендах поставщиков экспонатам — вопрос спорный. На мой взгляд, для рынка серьезных листовых печатных машин такая оценка вполне уместна, хотя делать выводы об экономическом положении поставщика таким способом конечно нельзя.

Что же мы увидели? Подавляющее преимущество фирмы Heidelberg и над немецкими, и над японскими производителями машин. И в прошлые годы представленный на стенде крупнейшего немецкого производителя комплект оборудования был самым лучшим на выставке, но в этом году даже сборный стенд из оборудования конкурентов проиграл бы стенду Heidelberg. Я считаю, что такая ситуация сложилась впервые. Особенно заметным было преимущество Heidelberg по отношению к его главному конкуренту на мировом рынке — фирме MAN Roland.

Всего на стендах конкурентов было представлено три многокрасочных пе-

чатных машины в среднем и большом формате. Две из трех не конкурируют с оборудованием Heidelberg. В первую очередь — KBA Rapida 130 формата 90×130 см — это ниша, для которой Heidelberg не имеет своих решений. Не имеет аналогов и новый Roland 204. Машина очень интересная и именно для российского рынка, прежде всего благодаря сравнительно невысокой цене.

Только третья, представленная на стенде YAM International машина Komori Lithrone 528+C, имеет прямого конкурента в модельном ряду Heidelberg — это Speedmaster 74-5+LX, который также демонстрировался на выставке.

В том же августовском номере я говорил и о соперничестве между Heidelberg и Komori на рынках разных стран. Так вот, по моему мнению, продавая машину в типографию «Новости», фирма YAM в этом году продвинула Komori в России на несколько шагов вперед.

Андрей Романов,
главный редактор

Р. S. По информации организаторов, всего на «ПолиграфИнтер-2000» побывало 37100 посетителей — на 4600 больше по сравнению с 1999 г. На мой взгляд, правда, посетителей было не больше, хотя найти место для стоянки автомобиля было все так же трудно.

Общая площадь павильонов, задействованных в проведении выставки, составляла 22 тыс. м². Ниже приведены площади десяти самых больших стендов.

ДЕСЯТЬ САМЫХ БОЛЬШИХ СТЕНДОВ НА «ПОЛИГРАФИНТЕР-2000» (м²)

Heidelberg 1500	1500
ХГС 1050	1050
YAM International 818	818
«Нисса» 641	641
«Вариант» 504	504
«Итрако» 504	504
«Рыбинскполиграфмаш» 364	364
«Иприс» 352	352
KBA 252	252
PrintHouse 198	198



ство, и он сказал, что оно не хуже фирменного.

Больше всего, конечно, я хотела увидеть нашу новую печатную машину. Кроме того, в конце года к нам приходит новое полноформатное фотывыводное устройство. Были некоторые вопросы по нему, которые также удалось быстро решить с поставщиком. Вот вкратце чем для меня стал нынешний «ПолиграфИнтер».

ГАРТ: У кого Вы купили фотывывод?

С.И.: Надо сказать, что мы много лет работаем на технике Crosfield — теперь это FujiFilm. У нас есть приобретенный еще при основной закупке MagnaScan 646. Мы его достаточно давно «открыли», в смысле купили компьютерный интерфейс. Не так давно приобрели барабанный сканер FujiFilm Celsis 6250 и очень им довольны. С фотывыводным устройством после долгого изучения характеристик пришли в конце концов к выбору между двумя — FujiFilm и Heidelberg и выбрали Heidelberg PrimeSetter 102. Лично мне очень нравится Luxel — устройство производства FujiFilm, но я не пытаюсь вмешиваться. Выбор должны делать специалисты, которым на этом оборудовании работать. И они его сделали.

ГАРТ: У Вас же вся типография оснащена Heidelberg'ом!

С.И.: Да, мы самая большая в России и Восточной Европе типография с печатными машинами этой фирмы. У нас 22 секции Speedmaster полного формата: четыре четырехкрасочных и три двухкрасочных. Несмотря на то, что закуплены они были в 1989–90 гг., комплектация машин и сегодня позволяет работать очень качественно и эффективно, но мы планируем, конечно, модернизировать некоторые машины до современного уровня.

Я по образованию полиграфист-механик, начинала работать на Калининском (теперь Тверском) полиграфкомбинате. Одиннадцать лет назад пришла в «Новости». Speedmaster тогда и стал

моей любимой машиной. Честно говоря, до сих пор, когда я захожу в цех, где стоят все эти машины, у меня возникает чувство гордости.

ГАРТ: Странно, что Вы не стали демонстрационной площадкой фирмы Heidelberg в России. Ведь и репутация типографии самая высокая, и набор оборудования единственный в своем роде.

С.И.: Не скрою, я считаю очень трудным клиентом среди, например, поставщиков расходных материалов, правда, и покупаю я намного больше материалов, чем средняя типография.

Я не могу сказать, что у меня вообще не сложились отношения с Heidelberg, но мы поначалу испытывали многочисленные проблемы при попытке заказать запчасти через российское представительство. Мне кажется, что типография «Новости» числилась у них рядовым клиентом — наравне с типографией, у которой две маленькие машинки. Только после моей встречи с В. Бабаевым нас, видимо, перевели в другую категорию, и с тех пор проблем я не припомню.

ГАРТ: Мало кто будет спорить с тем, что на протяжении последних лет пяти Ваша типография одна из самых лучших в Москве по производству высококачественной полноформатной продукции. Она достаточно открытая, с очень разумными ценами и со стабильным качеством не только печати, но и — что бывает очень важно — послепечатной обработки. И вот Вы купили новую полноформатную машину. Почему?

С.И.: По поводу формата — это экономический выбор. Мы настоящая книжно-журнальная типография, но и в нашем секторе тиражи падают, все больше и больше приходит заказов, которые на большом формате печатать неразумно, но мы вынуждены их печатать. Чтобы выбрать формат новой машины, мы вплотную занялись экономическими подсчетами по нашим конкретным «маленьким» заказам. В качестве одного из вариантов рассматрива-

лась многокрасочная машина формата ГТО. После проведения экономического анализа стало ясно, что надо брать именно полуформатную машину. Для того, чтобы исключить технологические задержки при производстве продукции, требовалась сушка, ну а при наличии сушки логично и присутствие секции лакирования. То есть выбор определялся нашими реальными потребностями — я не собираюсь делать обобщений. Для другой типографии все может быть совсем по-другому.

ГАРТ: Если с форматом у Вас была, видимо, полная уверенность, то неужели Вы не колебались, принимая решение купить Komori, а не Heidelberg?

С.И.: Когда мы оказались перед выбором между двумя производителями, все мои специалисты буквально в один голос твердили: как же можно думать о чем-нибудь другом, кроме Heidelberg. Конечно, я колебалась. Почему я выбрала Komori? Мы не богатая частная типография, нам необходимо было все рассчитать, продемонстрировать акционерам окупаемость проекта. Вообще, принимать серьезное решение нельзя без альтернативы, поэтому мы сразу начали разговаривать с двумя фирмами: Heidelberg и YAM International. А после того, как мы побывали в Новосибирске, посмотрели на реально работающую Komori, внимательно изучили ее, поговорили с владельцами, я поняла, что Lithrone — это очень серьезная машина, не менее серьезная, чем Speedmaster. Я по-своему даже влюбилась в нее и решила купить.

Несмотря на то, что очень люблю машины Heidelberg, я против монополии на рынке. Должна быть альтернатива, и в России, я считаю, альтернативой станут именно машины Komori. Кстати, мне хочется, чтобы наши российские полиграфисты увидели Komori, поэтому я всех приглашаю в гости.



► Семь больших машин Speedmaster. Три рулонные машины. Персонал 440 человек. Производственные площади более 9 тыс. м²



► Новое приобретение — Komori Lithrone 528+С. Идет монтаж

Кто получил Большой Марзан?

ЛУЧШЕЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В ЦЕЛОМ

«Хрустальный Марзан»: листовая офсетная печатная машина Speedmaster CD 102-6+LX, представленная компанией Heidelberg.



► Впервые за трехлетнюю историю был вручен главный приз — «Большой Марзан». А. Серов: «Мы поставили в Россию уже 15 таких машин»

НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РОССИИ

«Хрустальный Марзан»: комплекс оборудования фирмы ELCEDE для автоматического изготовления вырубных штампов, представленный компанией «Итрако».

Диплом: пакет программ получения цветопробных отпечатков и управления устройствами печати Black Magic фирмы FujiFilm, представленный компанией YAM International.

НОВАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА В РОССИИ

«Хрустальный Марзан»: узкорулонная планетарная машина высокой печати PW-260R-6 фирмы Labelmen, представленная компанией «Аквалон».

Диплом: узкорулонная машина флексографской печати Allied Gear 313, представленная компанией «Апостроф».

ЛУЧШЕЕ ДОПЕЧАТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

«Хрустальный Марзан»: фотывыводное устройство Luxel F-9000 фирмы FujiFilm, представленное компанией YAM International.

Диплом: сканер DuoScan HiD фирмы Agfa, представленный компанией MAS Elektronik AG.

ЛУЧШЕЕ ПЕЧАТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

«Хрустальный Марзан»: листовая офсетная печатная машина Rapida-130, представленная компанией KBA.

Диплом: листовая офсетная печатная машина Roland 204E фирмы MAN Roland, представленная группой компаний ХГС.



► Самое большое количество «Марзанов» было вручено компании «Вариант». Л. Милюкова получает очередную награду

ЛУЧШЕЕ ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

«Хрустальный Марзан»: высекальная машина JR-105 фирмы IBERICA AG, представленная компанией Heidelberg. **Диплом:** фальцевально-склеивающая линия Moll Vantage 102, представленная компанией «Вариант».

ЛУЧШЕЕ ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ И ИЗМЕРИТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

«Хрустальный Марзан»: устройство переворота и раздува стопы SWH 125 RLA фирмы Busch, представленное компанией «Вариант».

Диплом: бобинорезальная машина BOHEMIA Z3540 C, представленная компанией Soma spol.s r.o.

ЛУЧШЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ВИДОВ ПЕЧАТИ

«Хрустальный Марзан»: модуль ротационной трафаретной печати для работы «в линию» серии RSI компании Stork, представленный компанией «Вариант».

Диплом: четырехкрасочный станок тампонной печати МКМ-80 компании Morlock, представленный компанией «Тампомеханика».

ЛУЧШЕЕ ФЛЕКСОГРАФСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

«Хрустальный Марзан»: узкорулонная машина флексографской печати 1800L фирмы Propheteer Int, представленная компанией «Анимар Графипресс».

Диплом: узкорулонная машина флексографской печати Mark Andy 2200-17", представленная компанией «Вариант».

ЛУЧШАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТЕХНОЛОГИИ

«Хрустальный Марзан»: запечатывание различных материалов на одной печатной машине Aquaflex, представленное компанией «Нисса».

Диплом: декорирование неплоских поверхностей методом «холодной» декалькомании, представленное компанией «Эзапринт».

ПРИЗ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ

«Хрустальный Марзан»: листовая офсетная печатная машина Ryobi 525HX Type-5L, представленная компанией PrintHouse.

Диплом: рулонная печатная машина ПОГ2-84-231, представленная компанией «КПЦ Полиграфмаш».

Диплом: цифровая печатная машина Now!Press фирмы Xerox, представленная компанией «Терем».



► Номинация «Приз профессиональной прессы» в этом году появилась впервые. В. Таранко получает первый «Хрустальный Марзан» в этой номинации

ПОЛИГРАФИНТЕР-2000

HEIDELBERG

В этом году экспозиция в павильоне №3 была самой интересной на выставке не только по представленному оборудованию. Самыми интересными были организация стенда и расстановка машин. Если в прошлые годы стенд представлял собой «укрепленные позиции», по периметру которых ходили посетители, то в этот раз он был организован в соответствии с девизом «В фокусе — клиент!» И хотя зачастую экспонаты оказывались задвинутыми в угол или заслоняли друг друга, широкие проходы давали возможность посетителям свободно перемещаться по стенду. Всего Heidelberg демонстрировал более 45 единиц оборудования, организованного в пять решений для различных типов полиграфических предприятий.



► Speedmaster SM CD 102-6+LX — шестикрасочная полноформатная офсетная машина с секцией лакирования. Этот экспонат получил «Большой Хрустальный Марзан» в номинации «Лучшее полиграфическое оборудование». Фирма Heidelberg утверждает, что эта модель пользуется большой популярностью, и в России установлено уже 15 таких машин



► Пятикрасочная полноформатная машина с секцией лакирования Speedmaster SM102-5+L демонстрировалась в составе решения «Индустриальная печать». Здесь же были показаны полуформатный пятикрасочный SM 74-5+LX и четырехкрасочный SM 52-4 формата A3+



► Так теперь выглядит легендарная GTO. Обновленная машина была впервые представлена на Dupa-2000. На «ПолиграфИнтер-2000» фирма Heidelberg объявила о программе продаж российским типографиям одно- и двухкрасочных GTO в лизинг



► Двухкрасочная офсетная машина PrintMaster 74-2 пришла на смену очень популярной в России машине S-Offset



► Подразделение «Гейдельберг Дигиталь СНГ» также представило на выставке много оборудования. Одной из главных новинок стала черно-белая ЦПМ DigiMaster 9110



► Кроме всевозможных печатных машин, на стенде Heidelberg было показано много допечатного оборудования, в частности, CTP-устройство TopSetter, основанное на технологиях фирмы Screen

ХГС

Хорошо известная на российском рынке фирма имела второй по величине стенд. К сожалению, представленный набор оборудования не соответствовал классу партнеров: ведь MAN Roland — это второй в мире по величине производитель печатного оборудования, а японская фирма Screen является одной из самых крупных в сфере допечатного оборудования.



► Одной из главных новинок явилась цифровая печатная машина MAN Roland Dico-PRESS. MAN Roland предполагает, что за ближайшие два года оборот его подразделения цифровой печати во всем мире достигнет 100 млн евро и будет затем ежегодно удваиваться



► Screen Tanto продолжает серию имевших большой успех в России фотывыводных устройств этой японской фирмы. Применение экспонирующей матрицы светодиодов и внешнего барабана обеспечивает этим ФНА высокую точность и производительность

ПОЛИГРАФИНТЕР-2000



► Четырехкрасочная полуформатная офсетная машина Roland 204 была награждена дипломом «Хрустальный Марзан» в номинации «Лучшее печатное оборудование». Благодаря сравнительно невысокой цене, универсальности по типу запечатываемых материалов и производительности, новая серия имеет, возможно, даже лучшие перспективы, чем достаточно успешные машины предыдущей серии 200

YAM INTERNATIONAL

Третий по размеру стенд на этой выставке был оформлен в японском стиле известным художником Б. Красновым. Фирма Yam International представляет на российском рынке таких крупных японских производителей, как FujiFilm и Komori. В этом году экспозиция была очень четко структурирована, и значительная часть стенда была отведена под расходные материалы.



► Центром экспозиции стала пятикрасочная полуформатная машина Komori Lithrone 528+ C с секцией лакирования



► Одним из наиболее интересных экспонатов была обновленная двухкрасочная модель полуформатной печатной машины Komori Sprint S228, приобретенная Саратовским полиграфкомбинатом



► По числу единиц допечатного оборудования фирмы FujiFilm стенд Yam International можно было сравнить только со стендом Heidelberg



► «Хрустальный Марзан» как лучшее допечатное оборудование получил Luxel F-9000 — первый ФНА с внутренним барабаном, в котором изображение записывается несколькими лучами одновременно



► Цифровая печать была представлена на стенде Yam International двумя ЦПМ Heikon: новой листовой машиной формата A3+ CSP320 — прямым конкурентом ЦПМ фирмы Indigo — и рулонной DCP32/D

НИССА

В отличие от двух других стендов в павильоне 4А, стенд этой фирмы был буквально заполнен различным оборудованием, включая допечатное от Scitex, цифровое от Indigo, офсетные печатные машины Hamada, комплексы для флексографской и шелкотрафаретной печати, а также послепечатное и отделочное оборудование.



► ЦПМ фирмы Indigo были представлены специализированной листовой машиной Omnius Multistream формата A3+, ориентированной на рынок печати на толстых пластиках и других материалах, характерных для сектора трафаретной печати. Преимуществом такой машины является сравнительно невысокая себестоимость оттисков при печати малыми и очень малыми тиражами



► Уже известная по предыдущей выставке «ПолиграфИнтер» четырехкрасочная машина Hamada B452 демонстрировалась рядом с новинкой — двухкрасочной моделью той же серии



► Каждый день менялся запечатываемый материал на узкорулонной флексографской машине Aquaflex: этикеточная бумага, картон, полимерные пленки, самоклеящаяся фольга. За это компании «Нисса» и был вручен «Хрустальный Марзан» в номинации «Лучшая демонстрация возможностей технологии»

ВАРИАНТ

Представленное в этом году оборудование было особенно разнообразным. Офсетные печатные машины Ryobi, несколько больших резальных машин Schneider, флексографские машины Mark Andy, различное допечатное, вспомогательное и отделочное оборудование. Определенно, благодаря этому разнообразию «Вариант» и оказался обладателем самого большого числа наград на конкурсе «Хрустальный Марзан».



► В номинации «Лучшее вспомогательное оборудование» победу одержало устройство переворота и раздува бумажной стопы фирмы Busch. Те, кому доводилось переключать вручную стопы бумажного формата, не смогут не одобрить такого решения



► «Хрустальный Марзан» в номинации «Лучшее оборудование для специальных видов печати» присужден секции ротационной трафаретной печати RSI фирмы Stork. Эта секция устанавливается на узорулонные флексографские машины; она предназначена для нанесения толстым слоем краски или лака, а также стираемых изображений на лотерейные билеты

ИТРАКО

Эта петербургская фирма увеличила площадь своей экспозиции в несколько раз по сравнению с прошлым годом, став таким образом одним из двух самых больших экспонентов в павильоне 4. Это еще раз показывает, что рынок флексографской печати растет очень быстрыми темпами. На стенде были представлены флексографские машины датской фирмы Nilpeter: FA-2500-UV и FA-3300-UV. Интерес вызывало и другое оборудование, а также разнообразные расходные материалы.



► Впервые в России демонстрировалось оборудование фирмы ELCEDE для автоматического изготовления плоских и ротационных штампов, удостоенное приза «Хрустальный Марзан» в номинации «Новая технология в России»

РЫБИНСКПОЛИГРАФМАШ

На совместном с фирмой «Формат» стенде самый большой из российских производителей печатного оборудования представил несколько новых машин, одна из них — офсетная рулонная машина для печати газет ПОГ-2-84 — получила диплом в номинации «Приз профессиональной прессы».



КВА

Большие успехи, о которых фирма сообщала в этом году, были дополнены обещанным сюрпризом на «Полиграф-Интер-2000». В этом качестве выступила листовая печатная машина Rapida 130. «Нам необходимо было сделать выбор между KVA и MAN Roland, и мы выбрали KVA потому, что знаем серьезный подход этой фирмы к российскому рынку,» — сказала генеральный директор Тверского полиграфкомбината Г. Пахомова.



► Первая в нашей стране четырехкрасочная печатная машина формата 90×130 см нового поколения, приобретенная издательством «ЭКСМО» для Тверского полиграфкомбината. Машина была награждена «Хрустальным Марзаном» в номинации «Лучшее печатное оборудование».



► Во время передачи машины генеральный директор издательства «ЭКСМО» О. Новиков (в середине) и представители фирмы КВА рассматривают свежий оттиск.



► Демонстрация машины сопровождалась рассказом о ее возможностях. Профессиональные ведущие после того, как внезапно на всей выставке было отключено электричество, закончили рассказ без микрофонов

PRINTHOUSE

Впервые вручавшийся в этом году, но сразу ставший одним из самых почетных «Хрустальный Марзан» в номинации «Приз профессиональной прессы» достался компании Print-House за пятикрасочную листовую офсетную машину Ryobi 525 HX Type-5L с лакировальной секцией.



► После выставки машина уезжает в одну из типографий Казани



◄ А кроме упомянутых нами экспонатов, на выставке было еще очень много интересного



АНИМАР ГРАФИПРЕСС

Эта фирма давно известна на российском рынке как поставщик оборудования и для офсетной, и для флексографской печати.



► В номинации «Лучшее флексографское оборудование» выбор призера был особенно трудным, но тем не менее, предпочтение было отдано узорулонной флексографской печатной машине 1800L фирмы Propheteer, которой и был присвоен «Хрустальный Марзан»

ТИПОГРАФИЯ РЕПРОЦЕНТР КРУПНОСЛОТНОЕ
www.prepress.ru

790 0883
790 0884
724 4491
912 9051
912 9304
912 9403



ЛЕДЯНОЙ
ВЫВОД

(Окончание. Начало на с. 1)

Что касается «Берега», то мы планируем в этом году увеличить объем продаж бумаги на 10–15%, то есть немного больше, чем общий рост рынка бумаги. Я считаю, что на сегодняшний день оптовики сделали все, что должны. На рынке создан необходимый ассортимент бумаги и представлены все крупнейшие европейские производители. Некоторые изменения, которые постоянно происходят, не могут серьезно изменить ситуацию.

ГАРТ: Понятно, самые близкие, по крайней мере для Северо-Западного региона, финские производители бумаги представлены в России очень хорошо.

К.У.: На самом деле финские производители бумаги (они же крупнейшие в Европе производители целлюлозы) — самые «заевшиеся» на рынке. Они при этом ведут очень жесткую политику по отношению к оптовикам. В особенности в сегодняшней ситуации, когда цены на бумагу в Европе растут. На мой взгляд, такая позиция является ошибочной. Например, Stora Enso — финский производитель бумаги, первым повысивший цены на российском рынке, в результате потерял долю этого рынка. Сегодня такой производитель может компенсировать потерю за счет увеличения своей доли европейского рынка, но российский рынок не однодневный, и прийти на него во второй раз непросто — недостаточно будет, например, договориться с каким-то одним оптовиком.

ГАРТ: В чем состоит политика фирмы «Берег»: работать с производителями бумаги стабильно или производить ротацію?

К.У.: Мы видим задачу оптовика в том, чтобы найти компромисс между тем, что предлагают производители и тем, чего требует рынок. Именно поэтому политика фирмы «Берег» — иметь минимум двух производителей бумаги по каждой поставляемой позиции, чтобы не «держат все яйца в одной корзине». Находясь постоянно в контакте с нашими давними партнерами, мы ищем новые возможности поставлять нашим клиентам бумагу достойного качества по приемлемой цене. Возможности маневра помогают, например, обеспечить плавное повышение цен на бумагу, сделать его более безболезненным для потребителя, несмотря на то, что некоторые производители меняют свою ценовую политику без предупреждения.

ГАРТ: При всем при этом не возникает ли проблем с качеством бумаги? Имеются в виду, в основном, листовые мелованные бумаги. На российском рынке время от времени возникают слухи о появлении «плохой» бумаги, на которой «не печатается».

К.У.: Необходимо сказать, что многие мировые производители, включая китайских, например, имеют оборудованные не хуже, чем на лучших финских фабриках. Сравнение мелованных бумаг различных производителей по объективным показателям дает расхождение не больше 2%. На российском рынке есть другая проблема.

Есть известные марки листовой бумаги, есть регулярное для этих бумаг качество, «первый сорт», который заказывается и импортируется крупными оптовиками. А в тоже время у любого производителя бывают так называемые «кладские партии». Это не обязательно плохо: может быть, это свежий «хвост» от заказа, но может случиться и так, что бумага лежала на складе два года. Кроме того, бывает на самом деле бумага «второго» сорта, в процессе производства которой были допущены отклонения параметров от нормы. Такая бумага также может продаваться производителем в виде складских партий, но, естественно, по другой, намного более низкой цене. На российском рынке определенные фирмы пользуются этим, скупая бумагу второго сорта у производителей и продавая ее здесь по цене ниже рыночной.

Я могу с уверенностью сказать: если листовая мелованная бумага продается по цене около 1000 долларов за тонну, то это гарантированно второй сорт. Пройдя нескольких посредников, эта бумага может попасть к конечному покупателю где-нибудь в регионе уже по обычной цене и под той же самой торговой маркой, что и первосортная. Клиент сталкивается с проблемами при печати, и по рынку начинают ползти слухи...

ГАРТ: Нам кажется, что фирма «Берег» достаточно активно продвигает самоклеящиеся материалы американской фирмы MACtac. Как Вы чувствуете себя на этом рынке?

К.У.: Мы уже много лет продаем самоклейку, но если раньше благополучно сотрудничали с Raflatas, то некоторое время назад нам пришлось прекратить сотрудничество. Причиной стало своеобразное понимание этим производителем «супружеской верности». Raflatas настаивал на том, чтобы мы брали самоклейку только у них — в то время

как сами продавали материалы много. Как я уже говорил, мы не можем работать с одним поставщиком, необходимо иметь альтернативу. Но поняв, что так, как нам необходимо, работать не удастся, мы практически полностью отказались от сотрудничества с Raflatas и начали работать с материалами MACtac.

MACtac — американская компания, основателем которой является один из изобретателей самоклеящихся материалов Barton D. Morgan (MAC — аббревиатура от Morgan Adhesive Company). Это действительно высококачественные материалы, а кроме них мы поставляем испанские материалы Adespan.

ГАРТ: Вообще, самоклеящиеся материалы — большой сектор рынка?

К.У.: В мире доля листовых материалов из года в год падает, а рулонных — растет. Работать на рынке рулонных материалов оптовикам очень сложно, не имея у себя оборудования для резки материала на рулоны нужной ширины. Мнение, что такое оборудование окупается быстро — иллюзия. Реальный срок окупаемости — не год и даже не два. На упаковочном рынке, куда приходится основной объем продаж, клиент выжмет из поставщика бумаги все соки, добиваясь минимальной цены, поэтому маржа в этом секторе будет низкой. А та же самая фирма Raflatas всегда занималась работой с крупными конечными клиентами напрямую — у них на это ориентировано производство. В течение недели из Финляндии могут быть отгружены рулоны необходимой ширины. Поэтому задача оптовика — торговать листовыми материалами.

ГАРТ: Опять столкновение интересов производителя и оптовика?

К.У.: На самом деле это столкновение интересов потребителя и оптовика. Логика проста: те, кто имеет крупные производства, в состоянии закупать бумагу напрямую у производителя (наглядный пример — газетная бумага, которой на заре своей деятельности торговали все оптовики). Крупные флексографские производства, потребляющие в больших объемах самоклеящиеся материалы — первые кандидаты в прямые клиенты фабрик. Опыт Европы показывает, что там, где есть массовое производство, не должно быть оптовика. Оптовики успешно торгуют мелованной бумагой в листах, картоном для полиграфии в листах и дизайнерскими бумагами. Но оптовик, торгующий этикеточной бумагой — это

просто нонсенс для развитых стран. В Европе производство этикеток сосредоточено в нескольких типографиях, где на машинах глубокой печати производят этикетки для половины европейского рынка. Есть типография, специализирующаяся на печати этикеток на металлизированной бумаге, а при ней есть производитель этой самой бумаги. В России этикетки не печатают только ленивый, но я думаю это временное явление, жизнь заставит работать по европейским правилам, и местные прекосы будут снивелированы.



Александр
СКУБИЛИН
«Акцент»
Генеральный
директор

ГАРТ: Александр, в нашем издании мы разговаривали с несколькими бумажными оптовиками, включая самых больших. Хотелось поговорить также и с не самым крупным оптовиком, которым, как нам кажется, является фирма «Акцент».

А.С.: Да, мы не причисляем себя к крупным оптовикам. Работаем на рынке с 1997 г. До кризиса торговали офисной и мелованной бумагой, самоклеящимися материалами и картоном. После кризиса рынок офисной бумаги сильно изменился. Преобладать стали отечественные бумаги, причем их качество стало устраивать производителей импортной оргтехники. Я не берусь комментировать ситуацию, но после этого для нас этот рынок стал бесперспективным, и мы сосредоточились на мелованной бумаге Galerie Art производства Metsa-Serla, самоклеящихся материалах Avery Dennison (Fasson) и картоне.

ГАРТ: А кто Ваши клиенты?

А.С.: Мы работаем больше с московскими клиентами, хотя и в регионы тоже удается продавать. В основном наши клиенты — частные типографии. Они более гибкие, с ними работать удобнее. Вообще, бумажный рынок сегодня находится в таком состоянии, что нельзя сказать кто чей клиент. Типографии покупают практически у всех оптовиков, и Ваш вроде бы постоянный клиент, узнав, что у Вас отсутствует одна

срочно нужная ему позиция, может уйти к конкуренту со всем своим объемом. При этом он постарается «опустить» того, к кому ушел, и получить условия лучше, чем имел у Вас.

ГАРТ: А как развивается бумажный рынок?

А.С.: Я считаю, что рынок близок к насыщению. Объемы продаж бумаги подошли к уровню конца 1997–начала 1998 г., и теперь рост замедлится. Правда, объем продаж фирмы «Акцент» увеличился в этом году по сравнению с 1999 г. на 40%.

ГАРТ: Если вернуться к мелованным бумагам: Galerie Art Вы берете напрямую в Финляндии? И почему Вы выбрали именно эту бумагу?

А.С.: Да, покупаем бумагу у Metsa-Serla. А выбрали Galerie Art потому, что в России это символ. Как «Ксерокс» — слово, обозначающее любой копировальный аппарат, так и «Галерка» означает самую проблемную мелованную бумагу. Мы продавали много офисной бумаги Xerox, и она пользовалась успехом. А когда выбирали производителя мелованной бумаги, пошли проторенным путем и выбрали самого известного тогда на рынке. Было это в 1997 г. Такой выбор на сегодняшний день себя оправдал — за три года на бумагу не было ни одной рекламации.

ГАРТ: Бумага, безусловно, известная, но торговать ею приходится в условиях жесткой конкуренции как с поставщиками других бумаг, так и с другими дилерами Metsa-Serla.

А.С.: Надо сказать, что сейчас на рынке каждый производитель бумаги имеет «своего» оптовика. В том смысле, что этот оптовик продает в основном продукцию этого производителя. Я поясню: «Регент», например, больше продает материалы Stora Enso, «Александр Браун» — UPM Kymmene. Есть два других оптовика, которые ни с кем так плотно не работают. Это «Берег» и «Комус».

Если говорить о фирме «Акцент», то мы исторически тяготеем к Metsa-Serla. До кризиса, правда, в качестве нашего второго поставщика выступала фирма MoDo Paper — мы продавали бумагу SilverBlade. После кризиса мы оставили только Galerie Art и, как это ни странно звучит, стали в 1999 г. самым крупным импортером этой бумаги на российский рынок. В послекризисной ситуации тот, кто сумел первым расплатиться со своим производителем и начал делать новые заказы, получал очень большое преимущество перед конкурентами. Я не могу сказать об осталь-

ных, но мы сделали первый заказ в октябре 1998 г. Объемы продаж после этого росли у нас достаточно быстро.

Так получилось, что в 1999 г. все оптовики «водили носом» и старались работать со своими «основными» производителями, поэтому бумагу Metsa-Serla поставляли практически только мы и по результатам стали первыми. В 2000 г. в игру вступили «Регент» и «Комус», так что первыми по объему продаж Galerie Art мы, видимо, уже не будем, но, безусловно, будем в первой тройке.

ГАРТ: А чего все-таки продается больше: мелованной бумаги или самоклейки?

А.С.: Если по тоннажу, то мелованной бумаги, ну а по деньгам, конечно, самоклеящихся материалов, из которых мы продаем только листовые бумаги и пленки для офсетной и трафаретной печати. Причем у нас лучше продаются пленки. Видимо, это связано с тем, что бумага Fasson более дорогая, чем тот же самый Raflatas. Вообще, мы чувствуем себя на рынке уверенно, качество наших материалов очень высокое. Например, в последнем перечне самоклеящихся пленок, сертифицированных для Московского метрополитена, Fasson стоит на первом месте.

НОВОЕ ПРИОБРЕТЕНИЕ

Один из самых крупных игроков на бумажном рынке — компания Metsa-Serla — в начале ноября объявила о приобретении немецкого производителя бумаги Zanders Feinpapier AG. Две расположенные в Германии фабрики, на которых выпускается известная своим высоким качеством бумага, имеют производственные мощности 450 тыс. тонн в год. Покупка Zanders связана с желанием расширить ассортимент высококачественных бумаг.

После приобретения летом шведской MoDo Paper компания Metsa-Serla уже стала крупнейшим в Европе производителем высококачественных мелованных и офсетных бумаг. Предполагается, что теперь общий объем производства Metsa-Serla достигнет 6,1 млн тонн в год. Причем 60% от этого объема будет выпускаться не в Финляндии.



Константин ИГНАТОВ
Журнал «Курсив»
Зам. главного редактора

ЧЕМУ РАВНА СКОРОСТЬ СВЕТА В ПОДМОСКОВЬЕ?

Все мы когда-то учились в школе, некоторые после этого — в институтах (каюсь — я тоже), а некоторые — даже в аспирантурах (ко мне не относится). И вот во всех этих учебных заведениях всем нам сообщали такие факты:

- скорость распространения электромагнитных волн постоянна, не зависит от направления, равна скорости света, составляет в вакууме 300 тыс. км/с и недостижима для материальных тел;
- высота геостационарной орбиты, на которой расположено большинство спутников связи, составляет менее 40 тыс. км;
- скорость распространения электромагнитных волн по оптическим линиям связи примерно в три раза меньше, чем в вакууме;
- длина экватора Земли равна примерно 40 тыс. км.

А теперь, пользуясь этими данными, попробуем прикинуть, сколько времени нужно, чтобы сигнал дошел из г. Мытищи Московской области до нашего офиса на Верхней Красносельской (по спидометру автомобиля это около 30 км). У меня получилось, что если через наземную линию, то примерно 0,0003 с, а если через спутник — примерно 0,27 с. Но в любом случае — менее 1 с.

К чему я все это? Да к тому, что в процессе подготовки одного из номеров «ГАРТа» приболел наш редактор, тексты на правку ей пришлось посылать по электронной почте, а живет она как раз в Мытищах и «сидит» на местном провайдере. Тексты из офиса к ней уходили практически мгновенно — конечно, не за доли секунды (сказывались всякие там маршрутизаторы, шлюзы, коммутаторы, ретрансляторы и прочие никому не нужные устройства в Интернете), но все-таки очень быстро. Но каково же было наше изумление, когда оказалось, что выправленные тексты от нее в офис «ходят» никак не менее получаса, а то и по несколько часов. Особенно долго шли тексты ночью — видимо, в темноте электрический сигнал распростра-

няется особенно медленно, поскольку ему не видно, куда идти.

Специально подчеркиваю, что речь при этом идет не о времени передачи целого сообщения как такового — оно, понятно, будет зависеть от пропускной способности каналов и длины сообщения. Нет, речь именно о появлении на почтовом сервере в офисе информации типа «Вам письмо!» — фактически о скорости передачи одного пакета информации.

Несложные расчеты показывают, что за полчаса электрический сигнал должен был 4,5 тыс. раз передаться вокруг Земли или 7 тыс. раз передаться через спутник. Но гипотезу о многократной передаче информации пришлось отменить сразу, поскольку в этом случае стоимость связных услуг должна была бы увеличиться во столько же раз — жадные владельцы каналов не упустили бы такой возможности обогатиться.

Остается всего одно объяснение: в Подмоскovie скорость распространения электромагнитных волн отличается от аналогичной скорости в других частях вселенной и зависит от направления распространения и степени освещенности улиц. Из Москвы в Подмоскovie она близка к скорости света в других местах, а из Подмоскovie в Москву она в несколько тысяч раз меньше — физикам еще предстоит провести точные измерения, чтобы получить точные значения для разных уровней освещенности.

Более того, скорость света в направлении из Подмоскovie в Москву вполне достижима для материальных тел, и это подтверждено опытным путем — автору, хотя он не самый профессиональный водитель и ездит не на самом быстром автомобиле, удавалось по свободной дороге проехать от Мытищ до офиса быстрее, чем за полчаса.

Поскольку сделанное мною открытие не оставляет камня на камне от современной физики, я намерен представить его на соискание Нобелевской премии 2001 г. в области физики. Будучи также честным и порядочным человеком, предлагаю стать соавтором открытия интернет-провайдера, работающему в г. Мытищи.

А если говорить серьезно, то при нынешнем состоянии дел на рынке интернет-услуг даже в самом ближнем Подмоскovie, не говоря уже о более отдаленных районах страны, все разговоры об интернет-технологиях кажутся за пределами МКАД не более, чем «чистой наукой».

ИНТЕРНЕТ

НИКТО НЕ ХОТЕЛ ОПОЗДАТЬ

Забыв о сегодняшнем состоянии Интернета, вернемся в 1995 г. Я специально откопал в залежах зарубежный журнал за март 1995 г., посвященный издательским технологиям. Ни на одной рекламе не было найдено указания на www-сервер рекламирующегося. А уже в 1996 г. не указывал эту информацию только редкий рекламодатель. Все изменилось за год, и начался неудержимый рост Интернета. Многие миллиарды были брошены участниками мирового рынка на организацию своего присутствия в Сети. Компании набирали дополнительный персонал, вкладывали деньги в дорогостоящее оборудование и немало платили провайдерам за трафик. Руководствовались при этом достаточно сомнительными маркетинговыми исследованиями, утверждавшими, что Интернет — это новый путь развития бизнеса. Первые из больших традиционных компаний-продавцов, создавшие серьезные web-сайты, стали главными инициаторами последовавшего после этого. Боясь опоздать к началу Большого Виртуального Бизнеса, в Интернет ломанулись все. Началась гонка, в которой участники не задумывались о затратах. Раз у них есть, значит у нас тоже должно быть! Поначалу требовавшиеся на Интернет-присутствие средства были не самыми большими, но, переходя каждый раз на новый виток гонки, участникам приходилось увеличивать вложения.

К чему эта гонка привела, мы можем наблюдать сегодня. Провайдеры, производители коммуникационного оборудования, разработчики программного обеспечения, рекламные агентства — все они заработали кто много, а кто очень много денег. Молодые компании, ведущие специфический, ориентированный на Интернет бизнес, например, торговля книгами на amazon.com, развиваются очень высокими темпами. А вот все остальные, вложившие кто много, а кто очень много денег в свое присутствие в Интернет, все они ждут, надеясь, что не опоздали.

Я считаю, что никто и не опоздал. Все пришли вовремя. Ошибся написавший у кассы объявление о том, что поезда будут ходить по новому пути. Пока они идут по старому. Можно теперь стоять на платформе в ожидании, можно вернуться на старую платформу, а можно пойти ловить такси. Ведь в новой гонке победит тот, кто не опоздает...

Андрей Романов

KOMORI freedom of impression

«Новый девиз Komori «Свобода печати» кратко излагает наш вклад, который позволяет печатникам выбрать наиболее подходящее технологическое решение для своих задач и закрепляет понимание того, что наша открытая архитектура гарантирует полную совместимость с оборудованием, которое окружает печатную машину.»

Наша миссия состоит в нахождении баланса этой свободы и прогрессивных технологий печати, учитывая при этом работу операторов и окружающую среду.»

Йошихару Комори
Президент корпорации KOMORI

ЛУЧШИЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

117420 **МОСКВА**,
ПРОФСОЮЗНАЯ 57
ТЕЛ. (095) 234 9000
332 6420
E-MAIL: info@yam.ru
http://www.yam.ru

252135 **КИЕВ**,
КОСИОРА 33/30
ТЕЛ. (044) 216 4455
221 8178
E-MAIL: info@yam.com.ua
http://www.yam.com.ua



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Специальные условия

Компания «Гейдельберг СНГ» предлагает клиентам новую Программу – печатные машины Printmaster GTO 52-1

для тех, кто заботится

и Printmaster GTO 52-2 в лизинг. Срок лизинга – 3 года. Участником Программы может стать каждый, кто

о развитии своего бизнеса

занимается полиграфическим производством не менее одного года и имеет стабильный рост производства.

Наши специалисты готовы приехать к Вам для обсуждения подробных условий.