

НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО

GRAPHIC ARTS NEWS

# ГАРТ

ПРОФИЛЬ ИЗДАНИЯ | НОМЕР 2 ■ ИЮНЬ 2001

## Издательство «Курсив»

**Адрес редакции:**

107140, Москва,  
Верхняя Красносельская, 15,  
офис 217

**Для писем:**

107140, Москва, а/я «Курсив»

**Телефон/факс:**

(095) 264 3708

(095) 264 3175

**Адрес в Интернет:**

[www.kursiv.ru/gart](http://www.kursiv.ru/gart)

**E-mail:**

[gart@kursiv.ru](mailto:gart@kursiv.ru)

## Агентство AAGA

**Телефон:**

(095) 776 4227

**E-mail:**

[aaga@romanov.ru](mailto:aaga@romanov.ru)

© Издательство

«Курсив», 2001.

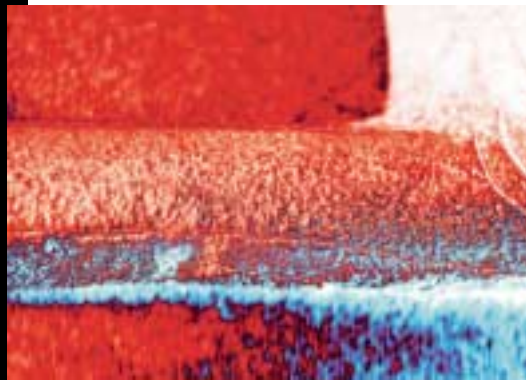
Все права защищены

Перепечатка возможна только с письменного  
разрешения издательства



**Гарт** — типографский сплав свинца, сурьмы и олова, использовавшийся в строкоотливных машинах, а также для ручной отливки различных элементов форм высокой печати

# ПРОШЕЛ ОДИН ГОД



**Гарт** состоит: сурьма — 2–30%, олово — до 20%, остальное — свинец. Сплав имеет низкую температуру плавления, хорошие литейные свойства, обеспечивает мелкозернистую структуру отливки.  
**ДОРОГ и ТОКСИЧЕН**  
(энциклопедия «КНИГА»)

Исполнился год с момента выхода пилотного ГАРТ, и с тех пор каждый месяц появляется его очередной номер. Среди других изданий ГАРТ выделяется по нескольким причинам.

Тираж ГАРТ составляет 5 тыс. экз., и это

## БЕСПЛАТНОЕ

новостное и аналитическое издание для руководителей издательств и полиграфических предприятий.

## СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ГАРТ — ПЕРСОНАЛЬНАЯ РАССЫЛКА

по специально подготовленной базе данных. Наличие более 4 тыс. персональных получателей каждого номера означает, что ГАРТ имеет самое широкое распространение среди отраслевых изданий.

Но главный успех — наши читатели, ведь важно не только распространить издание, необходимо еще, чтобы его читали. За прошедший год ГАРТ приобрел большой

## АВТОРИТЕТ.

В нем публиковались интервью самых авторитетных руководителей полиграфических предприятий и фирм-поставщиков оборудования и материалов.

## ОТКРЫТАЯ СИСТЕМА ПРОИЗВОДСТВА

издания позволяет любому сомневающемуся увидеть любой этап производства и рассылки издания, чтобы убедиться в том, что все, о чем мы говорим, не просто слова.



Что такое гарт, полиграфисты со стажем знают очень хорошо, ведь еще 12–15 лет назад полиграфию без него представить было просто невозможно. Сплав этот тяжелый, и когда год назад мы принимали решение о выпуске нового издания, мы понимали, что будет нелегко. Однако, как показал этот год, именно «гарта» современной полиграфии не хватало.

Тогда специализированного издания для руководителей полиграфических предприятий просто не было, эту нишу пытались занять разные издательства, включая компьютерные, часто знающие о полиграфии лишь понаслышке. Но роль компьютера в современной полиграфии преувеличивать нельзя. Он не заменит традиции, знания и опыт профессионалов. Именно поэтому «Курсив», будучи издательством полиграфическим и имеющим опыт издания ряда специализированных журналов, начал профессионально «плавить гарт» — перерабатывать различную информацию в интересное и авторитетное издание. И по прошествии года достиг в этом успеха.

На самом деле, ГАРТ, как настоящий сплав, имеет три составляющие: актуальные новости, аналитические материалы и уникальную систему распространения. Именно это и является основной причиной его популярности.

**Александр Амангельдыев,**  
генеральный директор  
издательства «Курсив»

Мало придумать и написать, мало напечатать и доставить, необходимо отработать каждый элемент и выполнять его каждый раз на высоком уровне. Только тогда у издания появятся многочисленные читатели, и начнет работать размещаемая рекламодателями реклама.

Я пока далек от того, чтобы считать ГАРТ полностью успешным. Безусловно, у него есть авторитет, и его читают очень много профессионалов, но рекламы в нем не так много. Будучи бесплатным для читателей, ГАРТ «дорог и токсичен» для потенциальных рекламодателей, ведь мы стараемся быть максимально объективными и свободно говорим на достаточно «скользкие» темы, которые другие издания стараются обойти стороной. А ценовая политика приводит к тому, что только очень немногие фирмы могут позволить себе размещать рекламу в ГАРТ. Но принципиально мы ничего не собираемся менять и не планируем снижение цен.

Еще одна цель, которую мы преследовали создавая издание, — актуализация и расширение базы данных для персональной рассылки. Мы создаем новые проекты и один из них — GART Direct — рассылка материалов рекламодателей по базе ГАРТ предоставляет возможность напрямую обратиться к нашим читателям.

**Андрей Романов,**  
главный редактор  
ГАРТ

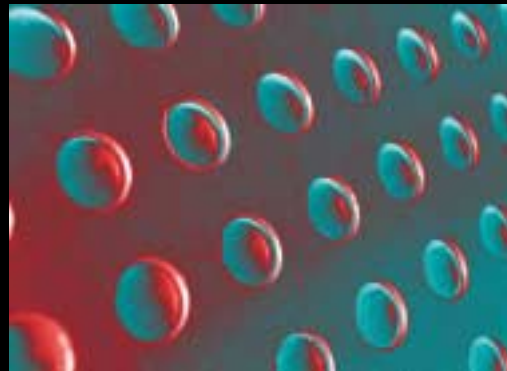


**Гарт** плавил. Для этого строки и другие элементы отработанных печатных форм засыпали в называемое «гартваркой» устройство, где они плавилась. После этого расплав отливался в специальную форму, где он застывал и принимал форму отливки с «ухом», за которое и подвешивался в строкоотливной машине



## ЗАЧЕМ МЫ ПЛАВИМ ГАРТ?





# О ЧЕМ МЫ ПИШЕМ

**Рынок полиграфических услуг России** — один из самых стабильных. По оценкам фирмы Heidelberg, общий объем производства печатной продукции в 2000 г. составил более 1,5 млрд долл. Импортируемая печатная продукция составила менее 30% от этого объема. Ежегодные продажи полиграфического оборудования, бумаги и других расходных материалов также оцениваются в сотни миллионов долларов. Большинство специалистов сходятся во мнении, что полиграфическая отрасль к концу 2000 г. достигла своих докризисных объемов и ее рост продолжается



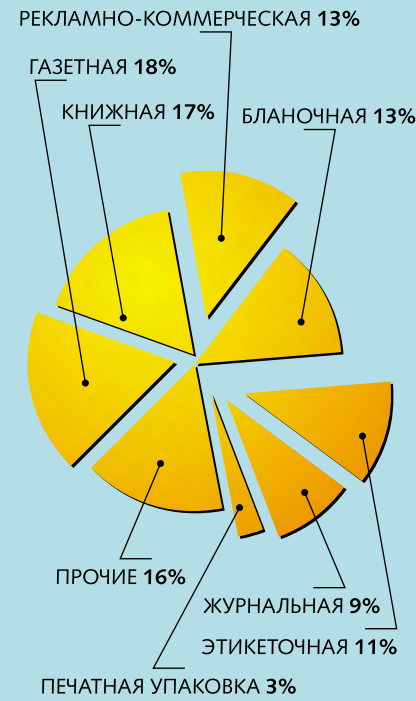
Наши читатели руководят предприятиями, работающими на «полиграфическом рынке». Возможно, это словосочетание не всеми трактуется однозначно. Мы под ним понимаем — рынок полиграфических услуг и производства печатной продукции.

Кто является участниками этого рынка? Конечно не только типографии, но и их основные заказчики — издательства, а также организации, оказывающие полиграфические услуги: препресс-бюро, рекламные агентства и другие фирмы, размещающие в типографиях заказы на печать. Нельзя забывать и еще одну группу активных участников — фирмы-поставщики оборудования и материалов для полиграфии.

Объем ГАРТ небольшой, всего 16 полос, поэтому материалы лаконичны и информативны. Публикации не погружают читателя в технические подробности, ведь руководителю прежде всего важна суть проблемы.

Каждый номер ГАРТ — тематический, но, наверное, нет такого человека, который бы разобрался во всех нюансах производства каждого вида печатной продукции. Тем не менее, авторитетное издание для профессионалов, а тем более руководителей, должно компетентно освещать производство различных видов печатной продукции на разных технологических этапах.

Редакция не пытается рассказывать руководителям предприятий о том, как правильно делать бизнес. Сложно производителю этикетки объяснить как эту этикетку надо производить. Вместо этого мы берем интервью у руководителей ведущих полиграфических предприятий, работающих в конкретной сфере. Задаем актуальные для этого сектора производства вопросы, уделяя особое внимание опыту применения оборудования и технологий.



ДОЛИ РАЗНЫХ ВИДОВ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ПРОИЗВОДСТВА (Оценка Е. Марголина)

Рынок полиграфических услуг и печатной продукции делится на сегменты, и каждый из них имеет свою специфику. В специализированном издании необходимо рассказывать о рынке в целом. Полиграфическое производство — сложный технологический процесс. Печатная продукция проходит много этапов обработки: начиная с допечатной подготовки и заканчивая отделкой. Мы стараемся всесторонне освещать их в ГАРТ. Большое внимание уделяется рынку расходных материалов, особенно бумажному. Наиболее интересным технологиям посвящаются отдельные номера.



## ТЕМАТИКА НОМЕРОВ ГАРТ В 2000 г.

- №1 Июль «Цифровая печать»
- №2 Август «Офсетные машины»
- №3 Сентябрь «Особенности национальной полиграфии»
- №4 Октябрь «Расходные материалы»
- №5 Ноябрь «ПолиграфИнтер»
- №6 Декабрь «Флексграфия»

## ТЕМАТИКА НОМЕРОВ ГАРТ В 2001 г.

- №1 Январь «Новогодние заботы» Производство рекламно-коммерческой продукции. Московский рынок календарной продукции
- №2 Февраль «Этикетка» Два крупнейших российских производителя этикеточной продукции. Российский рынок этикеточной продукции
- №3 Март «Российская полиграфия» Перспективы развития российской полиграфии. Как конкурировать на московском рынке. Что говорят производители печатных машин
- №4 Апрель «Люди и Машины» Человеческий фактор в производстве печатной продукции. Кадры. Роль машин и перспективы их развития. Как дела у дизайнеров?
- №5 Май «Периодика» Особенности производства периодических изданий. Издательство и типография
- №6 Июнь «Упаковка»







## ИНТЕРВЬЮ

Какой бы компетентной ни была редакция, делать анализ лишь на основе собственных знаний, без реального опыта на данном этапе развития технологий уже нельзя. Мы привлекаем к обсуждению темы как можно больше работающих в отрасли авторитетных специалистов, и именно поэтому большинство материалов в нашем издании — интервью.

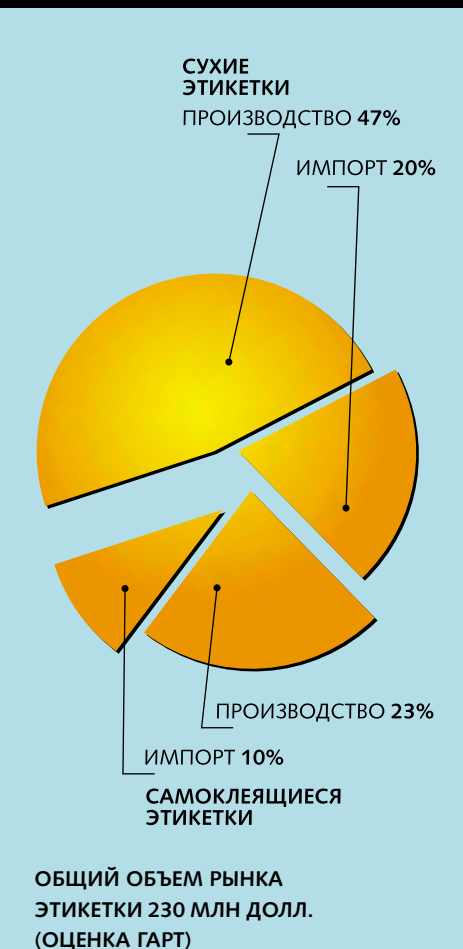
## НОВОСТИ И АНАЛИТИКА

В первую очередь, ГАРТ — новостное издание, но не сборник пресс-релизов, полученных от поставщиков оборудования и материалов. Вся информация публикуется в редакционном изложении с комментариями. Мы сами выбираем те события, о которых, на наш взгляд, необходимо написать, и отдаем предпочтение тем новостям, которые определяют перспективы развития отдельных предприятий и всей отрасли в целом.

В ГАРТ можно найти много информации о крупнейших производителях полиграфического оборудования, ведь руководитель типографии или издательства, который принимает решение о многомиллионной покупке, должен быть в курсе того, как идут дела у производителя оборудования.

Новости являются очень важной составляющей издания, но основной мы все же считаем аналитические материалы, посвященные полиграфическому рынку. Говоря о том, что ГАРТ — издание аналитическое, мы не претендуем на лавры общеэкономических аналитических изданий. Наши материалы — для участников конкретного вертикального рынка полиграфических услуг, полиграфического оборудования и расходных материалов.

Интересно и то, что большинство новостей мы находим в Интернете. Кстати, в каждом номере есть страница, посвященная Интернету, которая пользуется большим успехом у наших читателей.



Сегодня практически все пытаются оценивать рынки различной продукции. Кому это нужно? Конечно, людям, которые работают на конкретном рынке: производят продукцию, поставляют оборудование и материалы. Обычно результаты предлагаются как окончательные, однако, как правило, многие с ними не согласны.

В ГАРТ мы не просто делаем оценки, а стараемся изложить методику и привести исходные данные, которыми мы пользовались. Благодаря этому, желающие могут все пересчитать на основе собственных данных.



**Руководители полиграфических предприятий, участники дискуссий в ГАРТ**

**Я. Г. СОСКИН**  
ОАО «Пресса-1»  
Председатель совета директоров  
В номере «Люди и Машины» рассказал о программе развития этого крупнейшего полиграфического предприятия, уделив большое внимание проблеме подбора кадров



**В. А. ГРИБКОВ**  
ИПК «Московская правда»  
Генеральный директор  
Второе по величине газетное производство в России. Самые громкие названия ежедневных газет. О том, как удается организовать процесс таким образом, чтобы успевать вовремя



**И. В. КИШИНЕЦ**  
Типография «Черноголовка»  
Генеральный директор  
Руководитель типографии, являющейся крупнейшим производителем «сухой» этикетки в России рассказал о конкуренции на этом рынке, а также об оснащении производства новым оборудованием



**О. САГИТОВА**  
Печатный салон «Домино»  
Генеральный директор  
Одним из самых нашумевших материалов стало интервью с руководительницей печатного салона в номере, посвященном российской полиграфии. О том, как может небольшая типография работать в условиях конкуренции со стороны «новых полиграфистов»





«Уже за первые полгода ГАРТ приобрел большую известность среди полиграфистов. Я, например, с большим интересом прочитываю каждый номер. Но больше всего мне понравился ГАРТ, посвященный людям и машинам. Понравилось все: и интервью, и редакционные материалы»

**Д. ЛАВРИК**  
Типография «Альфа Дизайн»

# НАШИ ЧИТАТЕЛИ

Общее число типографий в России примерно 4–5 тыс. Реальную загрузку, правда, имеют далеко не все.

В Москве, например, количество действительно работающих типографий оценивается всего в несколько сотен.

Все больше и больше частных типографий в крупных российских городах переоснащаются. По некоторым оценкам, к 2010 г. объемы производства государственных и частных типографий сравняются

НА 15 ИЮНЯ 2001 г. ВСЕГО

# 4215

ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

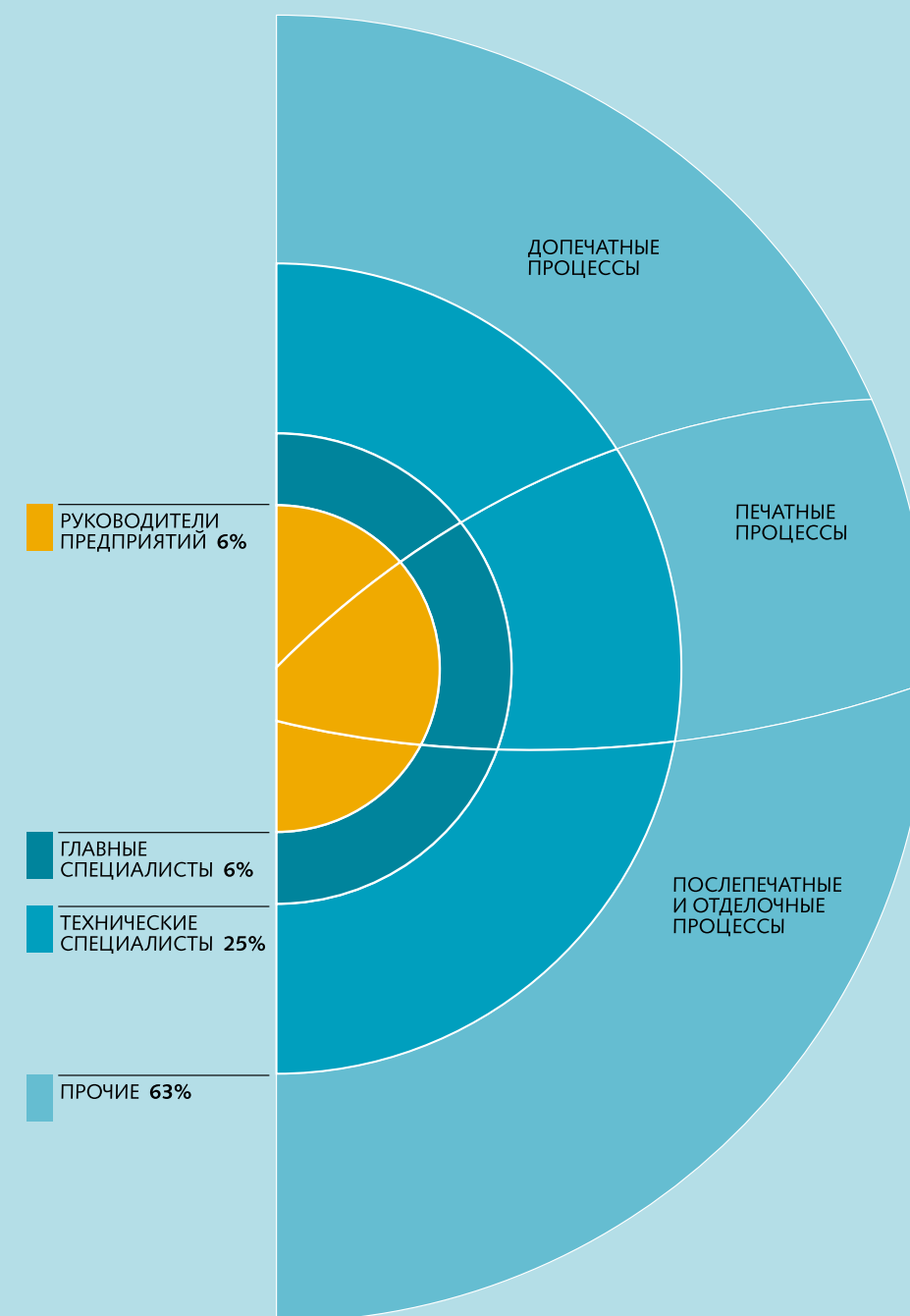
Не секрет, что издания бывают разные. ГАРТ — издание, которое делается для читателей. Не будем отрицать, редакция сразу предполагала, что дать интервью в ГАРТ захочет практически каждый читатель, что возникнет своего рода «тусовка». Так он и вышло.

Типографии читают ГАРТ, чтобы узнать о планах конкурентов. Поставщики читают ГАРТ, чтобы узнать о планах конкретных типографий. Размещающие заказы читают, чтобы понять, что можно требовать от типографий...

Об отношении к изданию мы можем судить и по ответам на вопросы анкет, регулярно публикуемых в ГАРТ.



## ЛЮДИ, РАБОТАЮЩИЕ В РОССИЙСКОЙ ПОЛИГРАФИИ



Вопрос кадров в полиграфии на сегодняшний день один из самых важных и сложных. На приведенной диаграмме — распределение работающих в полиграфии по этапам производства и квалификации в процентном соотношении. Чтобы определить абсолютные числа, можно, например, воспользоваться оценкой фирмы Heidelberg, в соответствии с которой в российской полиграфии работают 125 тыс. человек. Около 60 тыс. из них — в государственных типографиях, а остальные — в частных. Возможно, данная оценка несколько за-

нижена, по нашему мнению, общее количество работающих — 150 тыс.

За последнее время в полиграфии многое изменилось: типографии, включая очень большие, стараются зарабатывать дополнительные деньги, поэтому открывают дизайн-бюро и большие отделы допечатной подготовки. Нельзя забывать и об очень большом количестве рекламных агентств и фирм-посредников. Это непосредственные и подчас очень активные участники рынка полиграфических услуг, особенно в регионах.

Тираж ГАРТ составляет 5000 экз. Издание распространяется бесплатно по персональной почтовой рассылке по уникальной базе данных, содержащей информацию о руководителях и лицах, влияющих на принятие решений в российской полиграфической отрасли. База данных создана агентством ААГА путем слияния нескольких различных баз и содержит на начало 2001 г. около 4300 человек. Информация постоянно уточняется и пополняется.

Редакция делает все от нее зависящее для обеспечения гарантированной доставки издания каждому получателю. Специально разработанный дизайн конвертов позволяет ГАРТ выделяться среди другой почты, быть легко узнаваемым. Очень большое внимание уделяется контролю доставки и анкетированию наших читателей.

В базу данных включены не только типографии, но и другие фирмы-участники полиграфического рынка. Но получатели ГАРТ — это не полиграфические предприятия, а конкретные люди. В крупных типографиях обычно несколько получателей ГАРТ. База данных не охватывает абсолютно все предприятия отрасли, и мы видим свою задачу не в рассылке ГАРТ в каждую типографию, а в организации собственной аудитории, состоящей из людей, которым интересны публикуемые в ГАРТ материалы и которые при этом реально влияют на принятие решений — где и какое оборудование и материалы приобрести.

Получатели попадают в базу данных как по собственному желанию, так и по информации, полученной из других источников. Мы внимательно анализируем эту информацию. Много новых получателей приходит к нам и во время различных выставок, в которых участвует издательство. Очень перспективным средством для общения с новыми получателями ГАРТ мы считаем Интернет.

Все желающие могут получать ГАРТ по Интернет в виде PDF-файла, в который включаются полностью все материалы и реклама в номере. Мы полагаем, что получателями Интернет-версии станут те, кому не терпится ознакомиться со свежим номером, а также те, кто пока не включен в число получателей «бумажной версии» ГАРТ.





# РЕКЛАМА



## РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ

Полная страница	210x284 мм
Половина страницы (горизонтальная)	210x142 мм
Половина страницы (вертикальная)	105x284 мм
Третья часть страницы (горизонтальная)	210x94 мм
Третья часть страницы (вертикальная)	70x284 мм
Четвертая часть страницы	105x142 мм

## РАСЦЕНКИ (в у.е.)

	В одном номере	В трех и больше
Полная страница	1850	1295
Половина страницы	945	675
Третья часть страницы	645	445
Четвертая часть страницы	495	345

Наценка за размещение рекламы  
на второй и третьей страницах обложки – 40%  
на четвертой странице обложки – 60%

## НАПОМИНАЕМ:

2x0=0  
2x1=2  
2x2=4  
2x3=6  
2x4=8  
2x5=10  
2x6=12  
2x7=14  
2x8=16  
2x9=18



# САМЫЕ НЕФИКТИВНЫЕ

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ

**РАСКРУТИТЬ ПРОЕКТ**  
в России обычно означает приложить некоторые усилия, но главное — вложить деньги в рекламу. Но может получиться или недостаточно рекламы, или несоразмерно большие вложения. Уже известно, что эффективная реклама может быть не только на первом канале телевидения

## МЕРОПРИЯТИЯ



**GART DIRECT**

### объединенные рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT BASIC

**\$100\***

ЗА РАССЫЛКУ ОДНОГО ЛИСТА А4\*\* В КОНВЕРТЕ GART DIRECT ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ



DIRECT PRO

**\$300\***

ЗА РАССЫЛКУ ОДНОГО ЛИСТА А4\*\* В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

**\$0,5\***

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



DIRECT VIP

**\$1,5\***

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ VIP ПРИГЛАШЕНИЙ. НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ

\* ЦЕНЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ НА ПЕРИОД МАЙ-АВГУСТ 2001 Г. КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100.

\*\* ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м<sup>2</sup>. ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ



Мы можем ПОМОЧЬ!

### WEB-САЙТЫ

ДЛЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Разработка

Регистрация

Размещение

Раскрутка

по Разумным ценам



**GART DIRECT**

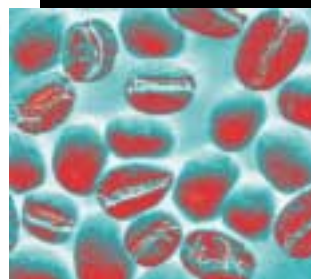
107140, Москва,  
Верхняя Красносельская, 15  
Телефон/факс: (095) 264 9722  
www.kursiv.ru/gart  
E-mail: gart@kursiv.ru





## Мы

Нас — немного. Мы — разные. 40% из нас любят кофе, остальные 60% его на дух не переносят. Около 70% из нас любят кактусы, остальные 30% только недоуменно пожимают плечами. Если бы каждый из нас выполнял по одной функции (редактор, корректор, переводчик, верстальщик и т. п.), то в «Курсиве» работало бы не меньше 60 человек



На самом деле, нас гораздо меньше. И это хорошо. Потому что, если бы 70 человек носилось по офису в том темпе, в котором это делаем мы перед сдачей номера, без жертв бы не обошлось. А потом, где взять столько кофе и хватит ли подоконников для кактусов?



# БУДНИ ИЗДАТЕЛЬСТВА

«Курсив»: с точки зрения знатока. Не всегда по правилам, но всегда по делу. Ведущий редактор — М. Беляева, главный редактор — А. Амангельдыев. Он же — главный редактор журнала «Пакет», который по манере изложения и оформлению — самый непринужденный среди изданий, посвященных упаковке, во многом благодаря его ведущему редактору Е. Гжимало.

«Флексо Плюс»: колумб флексографии на российских просторах. Строгий и не лишенный изящества стиль. Главный редактор — Н. Шапинова, редактор — А. Куликова.



К сожалению, кроме того, чтобы делать журналы, в издательстве кто-то должен еще и работать

А. Лукьянчук  
Самый технически грамотный и воспитанный человек в издательстве. По совместительству технический директор



Л. Артемова.  
Самый ответственный человек в издательстве. По совместительству ответственный секретарь и гл. бухгалтер



К. Арзуманян.  
Знающий географический человек. Главный распространитель изданий



А еще в издательстве работают: секретарь, редактор, верстальщик, переводчик, программисты и водитель

О. Стрелкова  
Молодой, подающий надежды художник издательства



Издательство основано в 1997 г. и кроме ГАРТ в его активе еще три профессиональных журнала, адресованных специалистам полиграфической и упаковочной отраслей.

**Курсив** — первый профессиональный журнал, полностью посвященный новым издательским и полиграфическим технологиям. Издаётся с 1996 г., и за это время стал не просто популярным, а, по некоторым отзывам, «культовым». Публикуемые материалы, как правило, написаны специалистами-практиками и раскрывают суть сложных технических проблем простым и доступным языком.

Основная особенность «Курсива» — технологическая вкладка, вшитая в центральный разворот. Почти всегда это результат эксперимента, тестирование новой технологии или материала. Замысел, технология исполнения и его оценка (в рубрике «Разбор полетов») полностью осуществляются силами издательства.

**Флексо Плюс** — Флексография и специальные виды печати — единственный в России профессиональный журнал для тех, кто печатает упаковку, этикетки, декорирует сувениры, выпускает другую продукцию, которую нельзя отнести к издательской. Бурное развитие упаковочной отрасли повлекло за собой стремительное развитие флексографской печати, и журнал стал надежным источником технической информации о новинках в этой сфере. Здесь постоянно публикуются статьи и материалы, написанные ведущими специалистами из многих стран мира специально для «Флексо Плюс». Читатели журнала постоянно получают свежую информацию о развитии трафаретной, глубокой, тампонной и других перспективных способов печати.

**Пакет** — новый журнал об упаковке и этикетке для товаропроизводителей. Выходит с 1999 г., но уже завоевал популярность среди читателей. Посвящен новым и известным видам упаковки и этикеток, их применению и производству, дизайну, вопросам маркетинга, рекламы и создания так называемых брендов. Среди авторов — известные специалисты, ученые, практики. О мировом рынке упаковки, его тенденциях и новинках рассказывают статьи популярных зарубежных журналистов, пишущих об упаковке.