

О ПОЛИГРАФИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО И ИНТЕРЕСНО

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

2 (91) АПРЕЛЬ / 2013



ВЗРЫВ ЦВЕТА:

ориентиры-2013

12



3-й Международный книжный форум, Москва

3rd International Book Forum, Moscow



www.InterBookForum.com

18-19 ИЮНЯ/JUNE 2013

Москва, ВВЦ, павильон 55
Pavilion 55, VVC, Moscow



ОРГАНИЗАТОР
+7 (495) 935-73-50
+7 (495) 788-55-85
book@ite-expo.ru

New technologies for innovative companies
Новые технологии для передовых компаний



Впервые одновременно с / Together with
e-learnexpo
Выставка современных технологий обучения/
The Modern Technologies for Training exhibition
www.elearnexpo.ru

Media for Digital Photo **LOMOND**

г. Москва, Большая Почтовая, д. 36, стр. 6, 7, 8.
Тел.: (495) 981-44-65, 730-53-40,
e-mail: lomondik@lomondik.ru
Интернет-магазин (розница): www.lomondik.ru

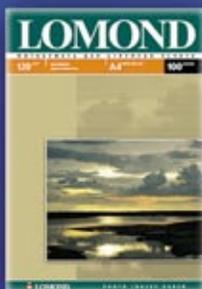
БОЛЬШЕ ЧЕМ РЕАЛЬНОСТЬ

Полная коллекция фотоматериалов
для струйной печати

WWW.LOMOND.RU

PHOTO PAPER

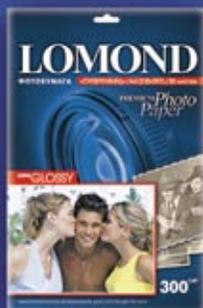
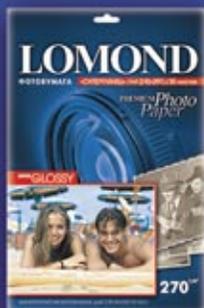
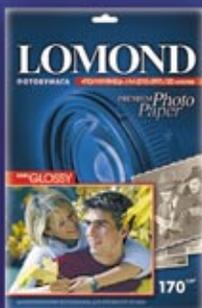
Для печати фотографического качества



- Матовая, шелковистая и глянцевая поверхность
- Инкжетное покрытие
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение до 2880 dpi
- Широкий диапазон плотностей: от 90 до 230 г/м²
- Форматы: 10 x 15 см, A5, A4, A3, A3+
- Совместимость со всеми струйными принтерами

PREMIUM PHOTO PAPER

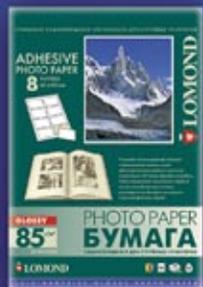
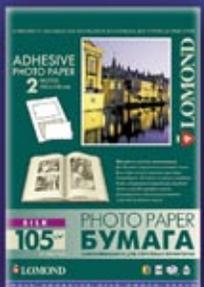
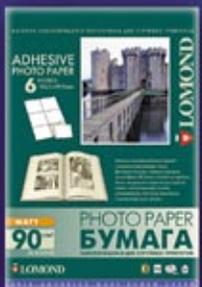
Для профессиональной фотопечати



- Атласная, полуглянцевая и суперглянцевая поверхность
- Микропористое покрытие
- Разрешение до 5760 dpi
- Печать водорастворимыми и пигментными чернилами
- Высокая точность цветопередачи
- Устойчивость к царапинам
- Диапазон плотностей: от 170 до 300 г/м²
- Форматы: 10 x 15, A5, A4, A3, ролики: 100, 127, 210, 329 мм
- Совместимость со всеми струйными принтерами
- Отсутствие эффекта коробления

PRINT & STICK PHOTOS

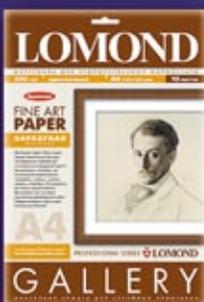
Самоклеющиеся фото для альбомов, открыток



- Матовая, шелковистая и глянцевая поверхность
- Инкжетное покрытие
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение до 2880 dpi
- Деленные форматы по 1, 2, 4, 6, 8, 15, 25 фото на листе A4
- Совместимость со всеми струйными принтерами
- Программа для печати фотографий Lomond Home PhotoLab

FINE ART MEDIA

Для художественной фотопечати, репродукций



- Инкжетное или микропористое покрытие
- Широкий диапазон текстур поверхности: льняной холст, атлас, бархат и др.
- Высокая точность цветопередачи
- Быстрое впитывание и высыхание чернил
- Высокая стойкость отпечатков
- Разрешение фотографического качества
- Форматы A4, A3, A3+
- Совместимость со всеми струйными принтерами



Уважаемые партнёры!

Если вы не получаете электронные рассылки журнала, проверьте, не находится ли адрес web@idpr.ru в папке «Спам» (Spam), если да, то переместите его в папку «Входящие» и внесите в «Белый список» вашей почтовой программы.

Удачи в бизнесе!
Редакция журнала «Печатный бизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

Новости печатного бизнеса

- 4** Презентации, установки, акции. Итоги «Полиграфинтер-Сибирь». Новинки оборудования

Тема номера

- 8** На дне: российское книгоиздание в цифрах
В сравнении с 2011 годом падение числа выпущенных названий составило почти 5%, а сокращение тиражей — около 12%.
- 12** Рынок печатных красок: ориентиры-2013
Спад, который демонстрирует листовая печать, компенсируется за счёт роста рынка упаковки, в том числе гибкой.
- 14** Современные Ланселоты: поход за Книгой
О значении книги в современном обществе мы поговорили с Александром Жихаревым — социологом, начальником кадровой службы ОАО «ИПП „Уральский рабочий“».

Оборудование

- 16** Только новое оборудование
Как обдуманые инвестиции в новое полиграфическое оборудование воплощаются в реальных продуктах для реальных клиентов.
- 18** Размышление об управлении цветом и о стандартизации
Повышение и поддержание постоянно высокого качества печатной продукции — задача номер один для каждого полиграфического предприятия.

Расходные материалы

- 20** Inkredible
Концерн Huber с 2007 года начал изготавливать краски по принципиально новой технологии. Эта технология получила название Inkredible.

В помощь полиграфисту

- 22** Печатные и электронные издания: проблема отцов и детей



запчасти -
это по нашей части

(812) 560-47-42, 438-17-27

Учредитель: ИД «Предприниматель». **Директор:** Владимир Канаikin, director@idpr.ru. **Главный редактор:** Елена Канаикина. **Журналист:** Юлия Раильченко. **Руководитель проекта:** Людмила Трошина, e-mail: pb@idpr.ru. **Дизайн и вёрстка:** Степан Мерзляков. **Корректур:** Наталья Филатова, Елена Терюшева. **Распространение:** Лариса Ауздайчер, e-mail: basis@idpr.ru. **Postal address of Publisher and Editorial office (also for subscribers)** Russia, Ekaterinburg, 620131, Metallurgov st., 16b/A, phone: +7 (343) 381-52-47, 381-56-66. ISSN 1727-8252 Pечатnyj biznes. **Адрес редакции и издателя:** 620131, г. Екатеринбург, ул. Metallургов, 16б, литера «А». **Телефон редакции:** (343) 381-56-66, e-mail: pb@idpr.ru, http://www.idpr.ru. Журнал зарегистрирован в Уральском территориальном управлении МПТР РФ. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № 11-1488 от 29 мая 2003 г. **Подписано в печать:** 28.03.2013. **Выход в свет:** 01.04.2013. **Тираж:** 1 500 экземпляров. **Печать:** ЦПУ «Золотое сечение», г. Екатеринбург, ул. Metallургов, 16б. **Цена свободная.** Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес» только по согласованию с редакцией. Редакция не несёт ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2013 «Печатный бизнес». © 2013 Printing business. Poligraphic catalogue.

KNAUF PETROBOARD

ЗАО «КНАУФ ПЕТРОБОРД» –

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПОСТАВЩИК ПРОДУКЦИИ ОАО «Санкт-Петербургский КПК»

УПАКОВОЧНЫЕ КАРТОНЫ

■ мелованный	«НЕВА» (GD-3) (СПб КПК, Россия)
■ немелованный	«ЛАДОГА» (UD) (СПб КПК, Россия)
■ целлюлозный	Avanta Card (GC-1) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	Avanta Prima (GC-2) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	PankaWhite (GC1) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	PankaBrite (GC2) (Metsa Board, Финляндия)
■ целлюлозный	Zenith (GC-1) (APP, Китай)
■ целлюлозный	ZenithClassic (GC-1) (APP, Китай)
■ целлюлозный	ZenithManilaBack (GC-2) (APP, Китай)
■ мелованный	Kemiart Graph (крафт-лайнер) (Metsa Board, Финляндия)
■ макулатурный	Hansol (GD-2, GT-2) (Hansol, Корея)



191015, Санкт-Петербург, ул. Шпалерная, 51
тел.: (812) 274-32-35, факс: (812) 274-32-74
e-mail: office_petroboard@knauf.ru
www.knaufpetroboard.ru
www.кнауфпетроборд.рф



ФИЛИАЛЫ:

Москва - тел./факс: (495) 223-91-18
Екатеринбург - тел./факс: (343) 379-23-70, 356-55-53
Казань - тел./факс: (843) 278-24-44

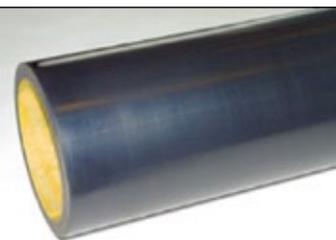
Нижний Новгород - тел./факс: (831) 461-86-53, 461-87-04
Ростов-на-Дону - тел./факс: (863) 261-32-81, 253-17-33
Новосибирск - тел./факс: (383) 227-78-73, 227-78-72

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- для офсетной печати
- для глубокой печати
- гильзы для флексопечати Sleeves
- для увлажнения любого типа
- для УФ-печати и лаков
- для фальцовок и ламинаторов (силикон)
- формные флексовалы и шестерни



Формный флексовал



Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»



Пассивационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками



Вал для полиграфических машин



ООО «Полиграфические валы»
152900, Россия, Ярославская обл.,
г. Рыбинск, ул. Луговая, 7.
Тел.: [4855] 28-97-57, 25-41-49
Тел./факс: [4855] 25-41-48
www.formatltd.ru
rezina@formatltd.ru

Московский склад
г. Королёв,
пос. Первомайский,
ул. Советская, 39в
Тел.: [495] 223-94-58 (61)
Факс: [495] 223-64-47

ПТЧУП «Алкиона»
220029, Минск, ул. Киселёва, 3/37
Тел.: [375-17] 306-39-94
Факс: [375-17] 247-08-79
alkiona@yandex.ru

ЧИНИТЬ НЕЛЬЗЯ МЕНЯТЬ

У владельцев любой техники, будь то печатная машина, персональный компьютер или просто автомобиль, всегда возникает вопрос: ремонтировать машину или заменить на новую? С точки зрения единовременных затрат ремонт всегда дешевле. Но после определённого пробега с учётом стоимости запасных частей на старые модели, затрат на ремонт и простои выгоднее приобрести новую модель и забыть о некоторых проблемах ещё лет на 5-7.

ГК «Центр» предлагает всем владельцам цифровых дубликаторов (ризографов) Riso, Duplo, Rex-Rotary, Ricoh воспользоваться программой Trade-in и рассмотреть предложение по обмену старых моделей аппаратов на новые, более надёжные и экономичные ризографы Riso серий CZ, EZ и RZ.

Новые Riso интересны прежде всего тем, что показали себя в работе как самые надёжные и неприхотливые машины по сравнению с предыдущими моделями. Расходные материалы на новые модели Riso дешевле, чем на пре-



дыдущие, и гораздо дешевле, чем расходные материалы для других марок. Запасные части, которые приходится менять время от времени (ролики подачи, разделительные пластины), тоже значительно дешевле, чем на все предыдущие модели. Низкая стоимость запчастей обусловлена взаимозаменяемостью практически со всеми моделями Riso, так как машины собраны на одной базе из одинаковых в основной массе комплектующих.

В зависимости от устанавливаемой модели ГК «Центр» компенсирует за ста-

рый аппарат сумму в размере от 400 до 2 600 долларов.

По программе Trade-in можно отдать в зачёт новой покупки не только ризограф, но и другую технику. Акция началась с 1 апреля и продлится до 31 мая!



г. Екатеринбург, ул. Репина, 101,
тел.: (343) 23-163-23, 23-163-22,
www.center-gr.ru

«АПОСТРОФ» — ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР ОБОРУДОВАНИЯ STEINEMANN GRAPHIC

В марте компания «Апостроф» и ведущий производитель высокоскоростного промышленного оборудования для ламинирования и УФ-лакирования Steinemann Technology AG подписали договор, в рамках которого компания получила эксклюзивные права на поставку и обслуживание оборудования этого известного швейцарского производителя.

Компания Steinemann Technology AG входит в состав крупного междуна-

родного концерна Sturm Group и имеет представительства в 42 странах мира. Фирма, основанная в 1917 году, за свою историю зарекомендовала себя на рынке как поставщик высококачественного, технологически совершенного оборудования. Эксклюзивные разработки, положенные в основу конструкции всех машин этой фирмы, сделали её безусловным лидером инновационных технологий в области полиграфического машиностроения систем финишной обработки.

Сегодня под маркой Steinemann производится 3 основных модели машин: Colibri — машина для сплошного УФ-лакирования; Hibis — машина для выборочного УФ-лакирования и нанесения УФ-красок трафаретным способом; Lotus — машина для скоростного бес-сольвентного ламинирования.

Подробная информация о машинах — на официальном сайте компании: www.steinemann.com

SARAT: ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА НА 2014 ГОД

Сеть ожидает 5-процентный рост расходов на рекламу в следующем году, а также увеличение доли digital-сегмента до 20% от общего объёма рынка. Основываясь на данных, предоставленных представителями Sarat в 57 регионах, агентство ожидает сохранения позитивного тренда развития глобального рынка. Рост затрат на рекламу в 2014 году составит +5% по отношению к 2013 году, по итогам которого ожидается рост +3,7% (согласно последней версии прогноза, опубликованной в августе 2012 года). В 2014 году эксперты Sarat прогнозируют

положительную динамику развития рынков во всех регионах, включая Западную Европу, где в последние 2 года наблюдалось снижение рекламных затрат. Драйвером роста станет увеличение объёмов затрат на digital-сегмент за счёт новых мультиплатформенных возможностей.

На глобальном уровне наиболее активный рост будет наблюдаться в двух государствах БРИК — в России и Бразилии. В 2014 году в этих странах ожидаются двузначные показатели роста, во многом за счёт статуса принимающей стороны престижных спортивных мероприятий —

зимних Олимпийских игр в России и Кубка мира Fifa в Бразилии.

Что касается динамики по медиа, данные прогноза учитывают рост инвестиций в digital-сегмент, рыночная доля которого ежегодно увеличивается примерно на 2%.

Рекламный рынок в России продолжит демонстрировать двузначные показатели роста: +11,3% в этом году после +12,9% в 2012 году.

Источник: Media Atlas и Гильдия издателей периодической печати

«ПОЛИГРАФИНТЕР СИБИРЬ-2013». ИТОГИ



С 26 по 29 марта компания «ITE Сибирская Ярмарка» провела в новосибирском Экспоцентре 21-ю выставку оборудования, материалов и услуг для рекламы, полиграфии, целлюлозно-бумажной промышленности «СибРеклама. Полиграфинтер Сибирь-2013».

Участниками выставки стали 50 компаний из Екатеринбурга, Кемерово, Красноярска, Москвы, Новосибирска, Самары, Санкт-Петербурга, Томска. Они представили оборудование, технологии и программное обеспечение для всех этапов печатного цикла, материалы и оборудование для производства разных видов рекламы, сувенирную продукцию, услуги по брендингу, планированию и проведе-

нию рекламных кампаний.

За четыре дня работы мероприятие посетили 2527 специалистов рынка, что на 27% больше, чем в 2012 году.

Свои предложения представили такие компании, как Российское представительство концерна Huber Group «Хостманн-Штайнберг РУС», «ФорДа», «Челленджер», «Техно-Графика», «Зенон-Новосибирск», «АльфаТех плюс», «Техноком-Новосибирск», «Ипекси груп», «Офис-Экспресс», Номо-Sapience, «Проект 111», P.R. Style, «Бренд-Лого», «Европапир», «АТ Десайн», «Нео-Неон» и др.

В рамках деловой программы выставки Региональная общественная организация «Союз журналистов Ново-

сибирской области» провела VII международную конференцию «Журналистика — категория нравственная». 27 марта состоялся семинар «Стандартизация в полиграфической отрасли. Преимущество единых стандартов в достижении качественной печати», организаторами которого выступили компании «Хостманн-Штайнберг РУС», «ОктоПринт Сервис», «Европапир». С 27 по 29 марта прошла I Сибирская конференция по маркетингу в социальных сетях.

В 2014 году выставка «СибРеклама. Полиграфинтер» пройдёт с 25 по 28 марта.

По информации
«ITE Сибирская Ярмарка»

RISO

ГОССОПРО 100

15
апреля

ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ В ЦИФРОВОЙ ТИПОГРАФИИ

Компания «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть» приглашает вас посетить практический семинар, в ходе которого вы лично убедитесь в доступности шелкотрафаретной печати в условиях цифровой типографии.



Рекордно быстрое изготовление форм



Простое управление



Финансовая экономия

БЕЗ химии, **БЕЗ** эмульсии, **БЕЗ** воды, **БЕЗ** тёмной комнаты, **БЕЗ** позитивных плёнок, **БЕЗ** дорогих УФ-камер



Регистрация и подробности о семинаре:
(343) 216-78-78 www.fdialog.ru/gocopro

НОВЫЕ ПЛОТТЕРЫ GRAPHTEC: МНЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Любые изменения в линейке оборудования, сделанные производителем, направлены на рост функционала, возможностей, удобства новой модели. Это в конечном счёте влияет на увеличение выпускаемой продукции, снижение издержек и затрат на производство. Так произошло и с рулонными режущими плоттерами японской корпорации Graphtec: в конце 2012 года серию CE5000 заменили на новую CE6000. Компетентным мнением поделились специалисты компании «ФОРТ-Диалог Исеть».



Первое, на что они обратили внимания при сравнении двух линеек плоттеров,— это сохранение типоразмеров. Новая серия также состоит из машин с шириной 40, 60 и 120 см, но при этом максимальная ширина резки увеличилась и составляет 375, 603 и 1213 мм соответственно. У серии CE5000 этот показатель

был меньше. Также немаловажное изменение — длина вырезаемого макета может достигать 50 метров! При этом благодаря оптимизации алгоритма резка будет производиться последовательно от начала к концу рулона. Также увеличена скорость резки и давление на нож, сейчас эти показатели достигают 1000 мм/сек и 500 г (у старшей модели CE6000–120).

Добавлена ещё одна очень полезная функция — копирование при позиционировании, которую по достоинству оценят пользователи, режущие большие тиражи листовой отпечатанной продукции. При подаче оператором нового листа плоттер самостоятельно использует все параметры поиска меток и резки, заданные для первого листа, что повышает производительность вашей работы. Также добавлен русский язык в меню панели управления плоттером, включена

в комплект новая графическая программа Graphic Studio, которая позволяет вам создавать макеты с учётом возможностей плоттера также на русском языке, добавлена возможность перфорации, ранее доступная только на 8000-й серии.

Безусловно, новая серия достойна внимания и все изменения, коснувшиеся её, никак нельзя назвать «косметическими», она более функциональна. А если учесть, что цена осталась практически неизменной, новые плоттеры станут очередным бестселлером.

Как всегда, коллектив компании «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть» приглашает вас в свой офис, расположенный по адресу: **г. Екатеринбург, ул. Декабристов, 75.**

Здесь вы сможете узнать ещё больше подробностей о новой серии плоттеров, ну и, конечно, попробовать их в работе.

КИТАЙ ПЛАНИРУЕТ ЗАБРАТЬ БОЛЬШУЮ ЧАСТЬ ЗАКАЗОВ НА ПОЛИГРАФИЮ

В Китае сегодня сосредоточена масса различных производств. Тем не менее полиграфия, полиграфическая отрасль не была до сегодняшнего дня сильно развита и приёмы крупных заказов на миллионные тиражи от гигантов печатного бизнеса получали нечасто. Однако этот вопрос должен быть разрешён уже в самое ближайшее время. Открытие нового печатного производства компании «Шаньдун Джинхэй Чао» на площади около десяти квадратных километров в провинции Шаньдун планируется

на сентябрь 2013 года. Данное предприятие обещает уже к середине 2014 года стать крупнейшим исполнителем заказов на печатную продукцию в мире, а учитывая стоимость труда в Китае, сделать это будет не так сложно. Что касается печатных изданий, то газетная индустрия на новое производство уйдёт вряд ли, так как оперативность тут превыше всего, а вот периодика и книги скорее всего переместятся именно туда.

Большая часть цехов уже готова к работе, новая техника проходит «обкатку»,

идёт набор персонала, что тоже может являться на первое время проблемой из-за отсутствия достаточного количества квалифицированной рабочей силы. Впрочем, президент компании и идейный вдохновитель данного масштабного проекта Да Вейж намерен вложить не только в само производство полиграфии, но и в обучение персонала и подготовку кадров специально для собственного предприятия.

Источник: ПЕЧАТНИК.com

XEROX ПРЕДСТАВИЛ НОВУЮ ЦПМ XEROX COLOR C75 PRESS

Компания Херох приняла участие в форуме профессиональных полиграфистов Digital Spring, организованном премьер-партнёром вендора — компанией «АльфаТех плюс» в Новосибирской государственной филармонии. Главными темами форума стали тенденции и перспективы сибирского полиграфического рынка, а также новинки индустрии. Так, в рамках мероприятия состоялась российская премьера инновационной полноцветной ЦПМ Xerox Color C75 Press.

Основное внимание гостей мероприятия было обращено на технологические новинки, представленные в рамках фо-

рума. Особый интерес публики вызвала российская премьера новейшей системы полноцветной печати Xerox Color C75 Press. Машина, ориентированная на средние и большие нагрузки, обладает отличными техническими характеристиками.

Ещё одной новинкой форума стала многофункциональная система Xerox D95 — экономичное устройство для развивающихся компаний, выпущенное Xerox в 2012 году и впервые представленное сибирским полиграфистам на форуме Digital Spring. Система может эффективно использоваться как в крупных офисах, образовательных и медицинских учреж-



дениях, так и в области коммерческой печати: она производит изображения высокого качества и позволяет использовать разнообразное финишное оборудование.

Презентацию новинок провёл Вадим Бауск, региональный представитель компании «Xerox Россия».

По материалам
пресс-службы компании Xerox

В МАРТЕ СОСТОЯЛОСЬ ЕЖЕГОДНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ «ЖЕНЩИНЫ... ПОЛИГРАФИЯ... УСПЕХ»

Тринадцатого марта состоялась очередная ежегодная встреча «Женщины... Полиграфия... Успех», которую организует компания «Гейдельберг-СНГ» для представительниц прекрасной половины человечества, работающей в полиграфической отрасли.

Мероприятие посетили около 40 гостей — руководители и специалисты типографий и компаний-партнёров, журналисты профильных СМИ, сотрудники компании.



Открыла встречу **Кати Рокариев, генеральный директор «Гейдельберг-СНГ»**. В своей речи она подчеркнула, что женщины вносят значимый вклад в нашу отрасль, работая

в разных областях полиграфии, в том числе и на руководящих должностях. Г-жа Рокариев упомянула, что более 70 человек из числа сотрудников всех подразделений Heidelberg на территории стран СНГ — представительницы прекрасной половины человечества.



Продолжила с встречу выступлением **Веры Сангорской, директора Центра маркетинга и издательского менеджмента ФГУП Издательство «Известия»**. Она рассказала о своём опыте в полиграфии — в этой области она трудится уже 45 лет.

Вере Фёдоровне удалось поработать на предприятиях разного профиля деятельности, среди которых Московская



Гости ежегодного мероприятия «Женщины... Полиграфия... Успех»

дирекция театральных и зрелищных касс, Всесоюзное государственное промышленное объединение «Союзчётиздат», Всесоюзное объединение полиграфических предприятий «Союзполиграфпром», Главснабсбыт Госкомиздата СССР и РФ. Последнее десятилетие Вера Сангорская посвятила работе в Издательстве «Известия», где 10 лет занимала должность директора типографии, а сейчас возглавляет центр маркетинга и издательского менеджмента. Предприятие, которое через несколько лет будет праздновать свой 100-летний юбилей, последние годы активно обновляется, в том числе реализуется проект модернизации производственных мощностей.



Завершилось мероприятие выступлением **Юлии Рутберг, заслуженной артистки России**, которая представила гостям спектакль-кабаре «Вся эта суета». Со сцены звучали песни на русском и европейских языках, стихи, а монолог актрисы, благодаря таланту и актёрскому мастерству, а также её энергии и обаянию, перешёл в диалог с публикой, которая высоко оценила спектакль, поблагодарив Юлию Рутберг за прекрасное выступление.

По материалам пресс-службы «Гейдельберг-СНГ»



НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ С ЦИФРОВОЙ МАШИНОЙ HP INDIGO R5000

Осенью 2012 года в тамбовской типографии «ЮлиС» специалистами компании «НИССА Центр» была установлена цифровая листовая печатная машина второго поколения (Series II) HP Indigo r5000.

Компания «ЮлиС» более 14 лет успешно развивается, расширяя границы своего сотрудничества с другими регионами России. Типография специализируется на производстве полиграфической и сувенирной промпродукции, наруж-

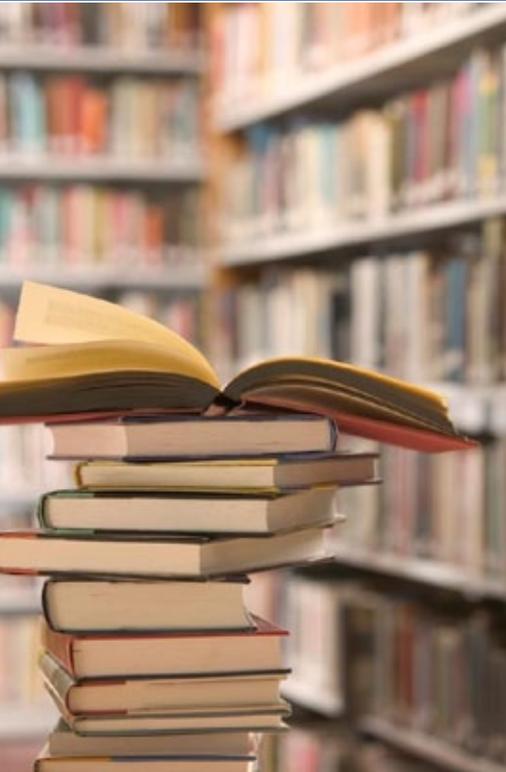
ной рекламы, а также продукции ВИП-класса. Структура компании включает в себя типографию, издательство, отделы специальных видов печати и наружной рекламы.

Типография имеет широкий парк цифрового и офсетного оборудования, который регулярно пополняется. Так, совсем недавно типографией была приобретена цифровая печатная машина HP Indigo r5000 с многокрасочной персо-

нализацией и скоростью печати до 2000 цветных страниц А3 в минуту. По словам генерального директора ООО «ЮлиС» Сергея Иконникова, новая машина HP Indigo — «это технологический прорыв не только для компании «ЮлиС», но и для Тамбовской области, поскольку это первая машина подобного класса в регионе».

По информации «НИССА Центр»

НА ДНЕ:



российское книгоиздание в цифрах

В 2012 году основные показатели российского книгоиздания претерпели резкое снижение даже на фоне предыдущих кризисных лет. Согласно данным Российской книжной палаты, отечественными издательствами было выпущено 116 888 названий и брошюр совокупным тиражом 540,5 млн экземпляров. В сравнении с 2011 годом падение числа выпущенных названий составило почти 5%, а сокращение тиражей — около 12%. В сравнении же с предкризисным 2008-м число выпущенных названий в стране сократилось на 5,2%, а тиражи — почти на 30%.

год доля переводных изданий в общем числе издаваемой книжной продукции. Она составила по количеству названий 10,7% (против 11,7% в 2011 году и 11,5% в 2008 году), а по тиражам сохранилась на уровне 2011 года — 12,5%, почти не изменившись по отношению к уровню 2008 года (12,2%).

За последний год также выросло число изданий, выходящих в сериях. Сегодня в серийном оформлении выходит 36,5% названий книг и более 65% всех тиражей. Примечательно, что за годы кризиса число названий книг, выходящих в сериях, уменьшилось на 5,2%, но при этом их совокупный тираж вырос на 6,7%.

Большую тревогу вызывает динамика показателя количества экземпляров выпущенных книг и брошюр в расчёте на душу населения. Если в 2008 году число изданий, выпущенных на душу населения, достигло своего максимума и составило 5,35 экземпляра на человека, то к 2012 году оно резко снизилось и составило 3,77 экземпляра, что ниже уровня 2008 года почти на 30%. Угрожающе выглядит не только само падение числа книг и брошюр, издаваемых в расчёте на душу населения, но и то, что темпы этого падения неравномерны, с тенденцией к нарастанию.

Средний тираж одного издания сократился в сравнении с 2011 годом на 7,2% (на столько же сократился средний тираж в 2011 году в сравнении с 2010-м) и составил 4624 экземпляра. Средний объём одного экземпляра издания за 2012 год практически не изменился и составил 11,45 п.л. За период с 2008-го по 2012 год средний тираж одной книги сократился на четверть, а средний объём одного экземпляра издания упал за это время на 10,6%.

Рассмотрим также соотношение выпущенных книг и брошюр. В первом, как считается, «полнокризисном» 2009 году издатели вполне объяснимо стали выпускать

Число выпущенных в 2012 году названий впервые за последние пять лет опустилось ниже отметки предкризисного 2008 года. При этом по совокупному тиражу отпечатанной книжной продукции Россия «вернулась» в 2001 год, когда данный показатель составил 542,3 млн экземпляров.

Показатель объёмов отпечатанной книжной продукции (совокупный листаж), свидетельствующий о размерах загрузки полиграфических предприятий, сократился по отношению к 2011 году довольно существенно — почти на 12%, а с 2008-го его падение составило более 36%.

Доля книг в общем ассортименте по сравнению с 2011 годом практически не изменилась, составив 83,8%. Одновременно в общей массе книжной продукции продолжает сокращаться число изданий в переплёте: 30,7% против 34,5% в 2008 году по числу названий; 33,0% против 37,6% по тиражу.

За последний год в общем числе издаваемой книжной продукции несколько «подскочила» доля переизданий: 15,7% против 13,7% в 2011 году. По тиражам доля переизданий за последний год выросла более заметно: 35,6% против 28,6% в 2011 году и ещё более заметно на фоне 2008–2009 гг. (26,2% и 25,1% соответственно).

Несколько снизилась за прошедший

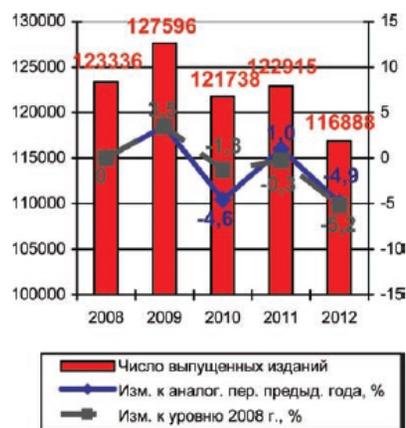


Рис. 1. Выпуск книг и брошюр в 2008–2012 гг. (по числу выпущенных изданий)

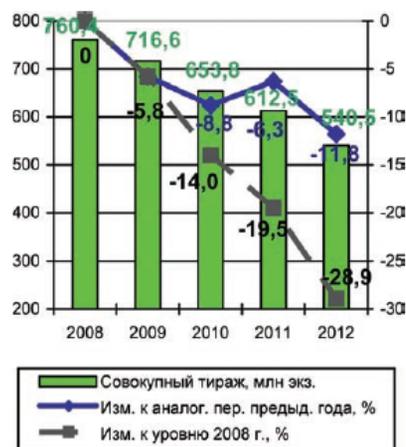


Рис. 2. Выпуск книг и брошюр в 2008–2012 гг. (по совокупному тиражу)

больше брошюр (рост выпуска брошюр по числу названий в сравнении с 2008 годом тогда составил 13,7%, а рост выпуска книг — лишь 1,7%), однако уже в 2010 году оба вида издательской продукции продемонстрировали снижение. В 2011 году количество наименований выпущенных книг сократилось почти на 2%, а число наименований брошюр увеличилось на 8,3%.

Наконец, по итогам 2012 года оба вида издательской продукции вновь продемонстрировали снижение: число наименований выпущенных книг сократилось на 5%, а число наименований выпущенных брошюр — на 4,4%. По тиражам ситуация иная. За прошедший год совокупные тиражи выпущенных книг сократились почти на 13%, в то время как тиражи брошюр — только на 8%. В сравнении с предкризисным 2008 годом сегодня в России печатается на 30% меньше книг и на четверть меньше брошюр. В натуральных показателях совокупный тираж брошюр сократился за годы кризиса более чем на 40 млн экземпляров, а совокупный тираж книг за этот же период упал почти на 180 млн экземпляров. Если

листаж брошюр — на 15,8%. В сравнении с 2008 годом печатная масса выпускаемых книг сократилась почти на 40%, при этом печатная масса выпускаемых брошюр практически не изменилась. Таким образом, за годы кризиса загрузка типографий, выпускающих книжную продукцию, существенно снизилась.

Анализ распределения выпуска книг и брошюр по тиражным группам показывает, что потерявшим наибольшее количество названий и тиражей сегментом в 2012 году стал сегмент изданий, выходящих тиражом от 10 до 50 тысяч экземпляров. Если в 2009–2010 гг. шло сокращение продукции, выпускаемой в сегментах тиражей от 1 до 5 тысяч экземпляров и от 5



За последние пять лет совокупные тиражи выпускаемой художественной литературы сократились почти в половину (на 46%), а детской — на 34%. Очевидно, что на сокращение выпуска тиражей художественной и детской литературы повлиял кризис чтения в стране, а также массовое внедрение электронных книг и устройств для их чтения.

учесть, что большинство издаваемых брошюр не играет заметной роли в книготорговом обороте, то следует признать, что в 2012 году реально изданное число книг в Российской Федерации, формирующее национальный издательский репертуар, впервые за годы кризиса опустилось ниже отметки 100 тысяч названий и составило 98 тысяч наименований, отпечатанных тиражом 412 млн экземпляров. Если не брать в расчёт выпускаемые в стране брошюры, а поделить на душу населения совокупный тираж только выпущенных книг, то данный показатель, по результатам 2012 года, составит лишь 2,9 экземпляра на душу населения (в 2008 году этот же показатель был равен 4,2 экземпляра на душу населения).

Говоря о печатных объёмах выпущенной издательской продукции, следует отметить, что за последний год совокупный листаж выпущенных книг сократился на 11,6%, а совокупный

до 10 тысяч экземпляров (в последней из этих категорий находится подавляющая часть издаваемой в стране интеллектуальной литературы и учебников для высшей школы), то, начиная с 2011 года, самыми быстрыми темпами начинает сокращаться «массовый» сегмент художественной литературы. В целом за годы кризиса сегмент изданий, выходящих тиражом от 5 до 50 тысяч экземпляров, являющийся основой массового книгоиздания, потерял почти 36% по числу выпущенных названий и почти 40% по тиражам. За эти же годы значительно увеличился выпуск малотиражной (до 500 экземпляров) печатной продукции — более чем на 20% по числу названий и почти на 14% — по тиражам. За пять кризисных лет число изданий, выходящих тиражом менее 1 тысячи экземпляров, увеличилось почти на 20%, а выходящих тиражом свыше 1 тысячи экземпляров — сократилось почти на 30%.

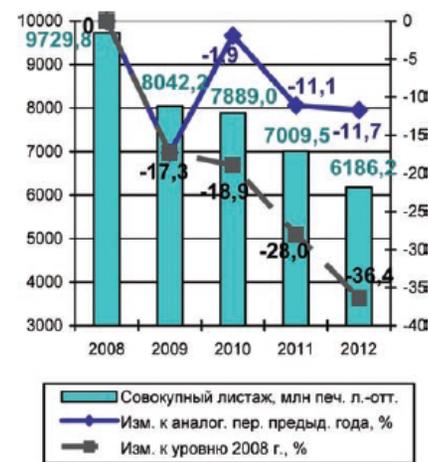


Рис. 3. Выпуск книг и брошюр в 2008–2012 гг. (по совокупному листажу)

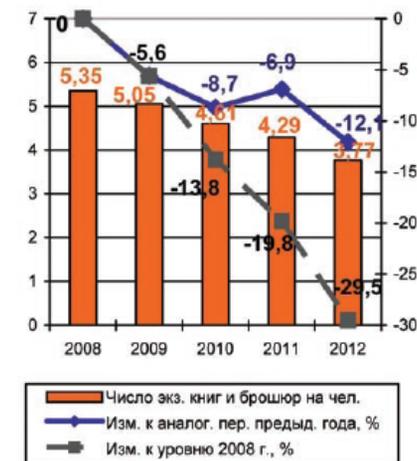


Рис. 4. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в 2008–2012 гг.

За 2008–2012 гг. в стране выросло число названий издаваемой научной и учебной (включая учебники для школ) литературы, а выпуск детской и художественной литературы сократился. Научные издания прибавили почти 23% по числу выпущенных названий (но не прибавили ничего по совокупному тиражу), учебные выросли по числу издаваемых титулов чуть более чем на 5%, также при отсутствии роста тиражей.

В сегменте художественной литературы в 2008–2012 гг. число выпущенных названий сократилось на 17,5%, а в сегменте детской — на 7,8%. Однако гораздо хуже обстоит дело с динамикой тиражных показателей указанных видов литературы. Так, за последние пять лет совокупные тиражи выпускаемой художественной литературы сократились почти в половину (на 46%), а детской — на 34%. Очевидно, что на сокращение выпуска тиражей художественной и детской литературы повлиял кризис чтения в стране, а также массовое внедрение электронных книг и устройств для их чтения.

По тиражным показателям отмечается увеличение доли учебной (на 12,7%) и научной (на 0,6%) литературы на фоне снижения доли тиражей изданий для детей

ПО ЧИСЛУ ВЫПУЩЕННЫХ НАЗВАНИЙ

ПО СОВОКУПНОМУ ТИРАЖУ

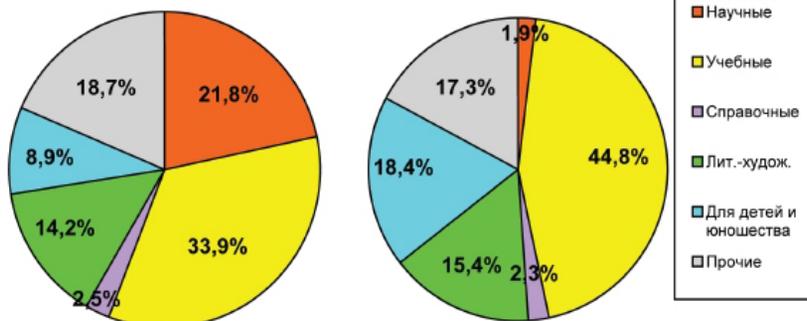


Рис. 5. Соотношение различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2012 г., %

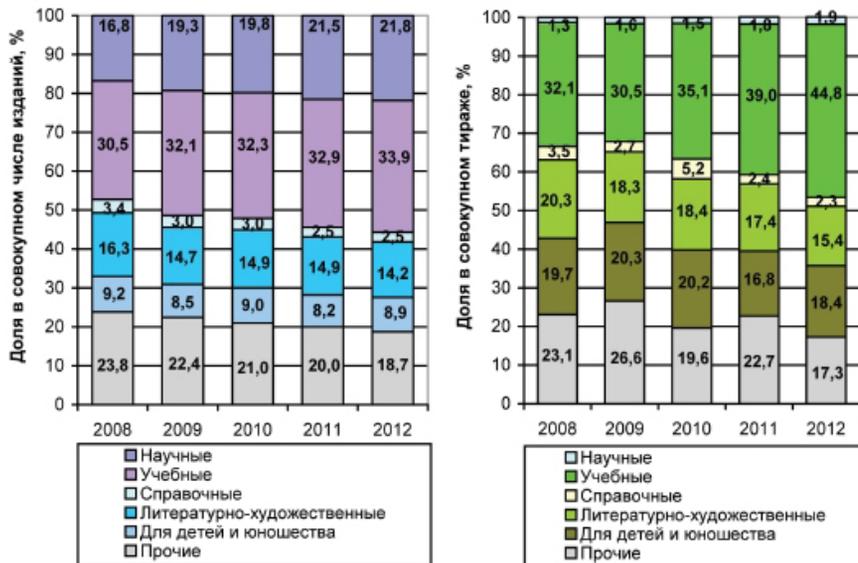


Рис. 6. Доли различных видов литературы в общем выпуске книжной продукции в 2008–2012 гг., %

(на 1,5%), литературно-художественных (на 4,9%) и справочных (на 1,2%) изданий. Таким образом, чтение из досуговой сферы постепенно перемещается в сферу образовательную и профессиональную.

Как указывалось выше, важная характеристика состояния книгоиздания в стране — показатель среднего тиража. Однако без «привязки» к различным видам литературы она демонстрирует лишь «общую температуру по больнице», в то время как совершенно очевидно, что средние тиражи книг в различных сегментах книжной продукции могут и должны быть различны.

Наибольший средний тираж — у изданий детско-юношеской литературы, наименьший — у научных изданий. При этом за годы кризиса наибольшее сокращение средних тиражей произошло в сегментах справочной (–35,6%), художественной (–34,6%) и детской (–28,0%) литературы.

Интересна также динамика показателя количества экземпляров выпущенных книг и брошюр в различных тема-

тических разделах в расчёте на душу населения. Наибольшее количество экземпляров книг и брошюр на душу населения выпускается в сегменте учебной литературы. Этот сегмент и меньше всего «пострадал» за годы кризиса — его сокращение составило всего 1%. В значительной степени сократилось за годы кризиса число выпускаемых на душу населения экземпляров изданий художественной (–46%) и детской литературы (–34%).

В прошедшем году количество языков, с которых были сделаны переводы книг на русский, по сравнению с 2011 годом не изменилось. В 2012 году книги выпускались в переводе с 94 языков стран ближнего и дальнего зарубежья и народов России. Из общего числа 12 515 переводных изданий общим тиражом 67,3 млн экземпляров. 7 442 названия (59% всех переводов) — это переводы с английского языка, выпущенные тиражом 42,3 млн экземпляров (в 2011 году — 8 756 названий, выпущенных тиражом 48,9

млн экземпляров); 1067 названий переводов с французского (9% от всех переведённых изданий) вышли тиражом 7,4 млн экземпляров (в 2011 году — 1 285 названий тиражом 9,08 млн экземпляров); 927 названий, вышедших тиражом 3,5 млн экземпляров (в 2011 году — 919 названий, вышедших тиражом 4,5 экземпляра), — переводы с немецкого (7% от числа всех переведённых изданий).

Может показаться, что доля переводных изданий в национальном издательском репертуаре России сравнительно невелика — всего 10,7% от общего числа выпущенных названий и 12,5% в совокупной массе всех тиражей. Однако эти цифры характеризуют общую картину переводов, издаваемых в стране. В различных сегментах литературы доля переводных изданий различна. Достаточно посмотреть доли изданий отечественных и зарубежных авторов в различных видах литературы в 2008–2012 гг.

В 2012 году, по данным Российской книжной палаты, в стране действовало 5 884 издательства. Среди них к активно действующим мы относим издательства, выпускающие не менее 12 книг в год (в среднем по одной книге в месяц). Издательств, выпустивших в 2012 году 12 и более наименований книг и брошюр, насчитывалось 1 325. По сравнению с 2011 годом число издающих организаций в России сократилось на 1,8%. При этом число издательств, выпустивших в 2012 году 12 и более книг и брошюр, сократилось по сравнению с 2011 годом на 3,8%.

Так вкратце можно охарактеризовать итоги российского книгоиздания 2012 года. Повторим, что иллюзия по поводу того, что год будет «спасительным» для отрасли, мы не питали. Вместе с тем представляется, что дальнейших резких падений в наступившем 2013 году уже не будет. В каком-то смысле книгоиздательская отрасль достигла «дна», после чего, как представляется, у отрасли могут быть два пути развития. Либо, «оттолкнувшись» от этого «дна», показатели книгоиздания, по итогам 2013 года, покажут некоторый рост (оптимистичный сценарий), либо начнётся затяжной «боковой тренд», когда показатели последующих лет будут несильно отличаться от достигнутого в 2012 году «уровня поддержки» (более вероятный сценарий). Тренды развития ситуации на рынке будут ясны уже в первом полугодии. Главное, чтобы не случилось так, как сказал однажды Станислав Ежи Лец: «Я думал, что достиг дна, но вдруг постучали снизу».

Александр Воропаев,
 начальник Отдела книжных выставок
 и пропаганды чтения Федерального
 агентства по печати и массовым
 коммуникациям, кандидат
 филологических наук
 Источник: Информационно-
 аналитический журнал
 «Университетская книга»

Рис. 7. Средние тиражи издаваемой в России книжной продукции в различных тематических разделах в 2008–2012 гг., экз.

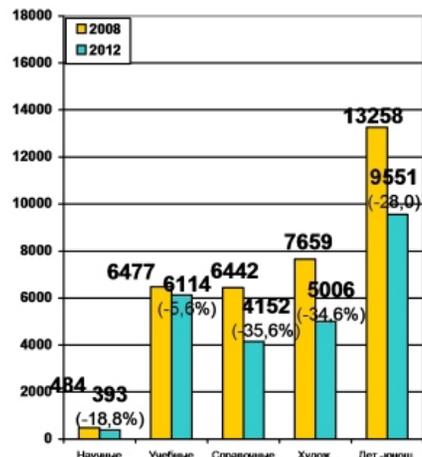
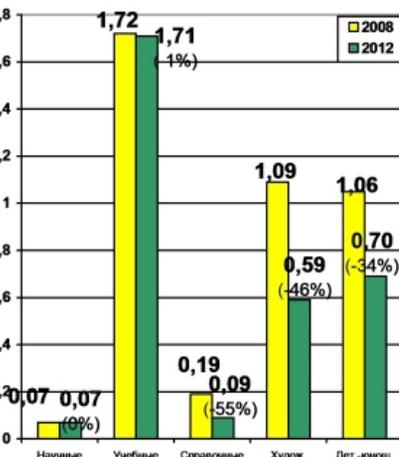


Рис. 8. Число экземпляров книг и брошюр, выпущенных в расчёте на душу населения в различных тематических разделах в 2008–2012 гг.



Два слова о рынке баннерных тканей

По данным Russ Outdoor, за 9 месяцев 2012 года затраты на наружную рекламу десяти крупнейших рекламодателей достигли порядка 3,5 млрд рублей. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года объем рынка вырос на 12,2% и составил 33,1 млрд рублей. В Екатеринбурге развитие этого бизнеса эксперты связывают именно с ростом доли баннеров, ведь с 1 января 9 из 10 рекламных щитов оказались вне закона.



Рынок баннерных тканей состоит из двух качественно разных самостоятельных сегментов — ламинированных и литых. Ламинированные баннерные ткани в 1,5–2 раза дешевле, чем литые. Сегодня в этом сегменте бе-

дукция из Китая и других азиатских стран укрепила свои позиции.

Несмотря на то что значительного перевеса в пользу ламинированных или литых тканей нет, тенденция сегодня такова: всё большее количество произ-

водства «Флексолюкс», занимающаяся поставками расходных материалов для широкоформатной цифровой печати. Производство в Московской области с использованием немецкой технологии было запущено в 2004 году. Вторым игроком, открывшим в России собственное производство литых тканей, стал торговый дом «Папиллонс», работающий на рынке оборудования для печати и материалов для наружной рекламы. Среди белорусских производителей первопроходцем была компания «Технотекс». Предприятие серьёзно занимается модернизацией и расширением производства. В нашем регионе лидеры работают через сети представительств и поставщиков.

Требования к баннерной ткани на российском рынке:

- плотность сечения нити (среднее значение) — 500 x 650 Денье;
- ширина рулона — от 1 до 3,2 м;
- длина рулона — 50–70 м;
- плотность (среднее значение) — 350–600 г/кв. м.

зоговорочное лидерство принадлежит Китаю. Экономический кризис сильно сказался на российском рекламном рынке, что привело к сокращению спроса и на баннерные ткани, по разным оценкам, на 30–50%. Благодаря этому про-

водств переходит на литые ткани, которые обладают более высокими характеристиками. В этом сегменте повышается активность производителей из России и Белоруссии. Первым российским производителем литых ПВХ-тканей стала

Использована информация
www.newchemistry.ru
и www.adindex.ru

СТУДИЯ

г. Екатеринбург, ул. Коминтерна, 16, офис 315, тел.: (343) 379-47-58 (59)
e-mail: cherkasov@r66.ru www.cherkasov-studio.ru

ЧЕРКАСОВА

КОМПЬЮТЕРНАЯ
ВЫШИВКА

СУВЕНИРЫ
ГРАВИРОВКА
ТИСНЕНИЕ

ФЛАГИ
ЗНАМЁНА
значки, литьё, шильдики

ШИРОКОФОРМАТНАЯ
ИНТЕРЬЕРНАЯ
ЦИФРОВАЯ

ПЕЧАТЬ

ТАМПОННАЯ
ТРАФАРЕТНАЯ

ШЕЛКОГРАФИЯ

БАГЕТНАЯ МАСТЕРСКАЯ

ДИЗАЙН

ОТКРЫТКИ
КАЛЕНДАРИ
БУКЛЕТЫ
ПЛАКАТЫ

РАЗРАБОТКА
И ПОШИВ
ФИРМЕННОЙ
ОДЕЖДЫ

ПЕРЕПЛЁТНЫЕ РАБОТЫ

Рынок печатных красок: ориентиры-2013

Кризис идей, кризис в читательской среде, кризис в экономике и масса рухнувших амбициозных проектов, которые были запущены на заёмные средства,— подобные характеристики в последнее время нередко дают полиграфической отрасли. Минувшие годы для производителей печатных красок оказались непростыми.

Абсолютно все мировые производители красок для полиграфии столкнулись в ушедшем году с подорожанием сырья, некоторые были вынуждены поднять цены и на конечный продукт. В последние годы сырьё создавало производителям две проблемы. Первая — неустойчивые цены с серьёзным подорожанием практически всех сырьевых компонентов. Причём полностью переложить возросшие затраты на конечных потребителей производителям красок не удалось. Вторая проблема — дефицит. После экономического кризиса часть поставщиков ушла с рынка, а остальные предпочли поставки более крупным отраслям. Поставщики сырья дополнительно усиливают финансовое давление на производителей краски, сокращая сроки контрактов или внося в них пункты, позволяющие им быстро повышать цены в ответ на увеличение затрат на собственное исходное сырьё. Росту цен способствует и ужесточение экологических требований. Опрос, проведённый несколько лет назад британским Printing

стрированы показатели на уровне прошлого года. Спад, который демонстрирует листовая печать, компенсируется за счёт роста рынка упаковки, в том числе гибкой. Спрос на упаковочные краски растёт как на европейских рынках, так и на рынках Китая, Индии и стран Латинской Америки. Поэтому руководство концерна делает ставку на продукты, предназначенные для этого сегмента. Поддерживают это направление и другие российские и мировые производители. Современный рынок требует, чтобы упаковка несла максимальную информационно-рекламную нагрузку, повышала привлекательность и конкурентоспособность упакованного товара и, в конечном итоге, имидж производителя. Почти 76% российского рынка печати по гибкой упаковке занимает флексопечать и около 21% из оставшегося — глубокая печать. Таким образом, краски для упаковочной промышленности, в том числе предназначенные для флексографической печати,— первый источник положительной финансовой статистики. В этом сегменте

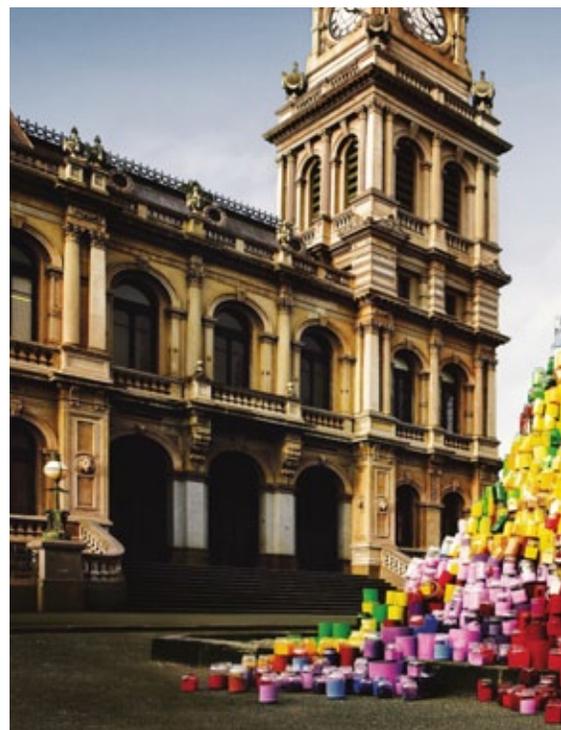
УФ-краски являются более дорогими, чем краски на основе растворителей, так как стоимость отдельных компонентов краски выше (в частности, стоимость получения мономеров намного выше, чем стоимость нефтехимических растворителей).

World, свидетельствует, что до повышения цен на нефть чистая рентабельность большинства производителей типографских красок составляла 1,5–5%.

В 2012 году цены продолжили расти, хотя и не так сильно, как прежде. Ситуация с дефицитом диоксида титана, нитроцеллюлозы, газовой сажи и других пигментов, живичной канифоли, этанола и растительных масел также несколько стабилизировалась. Однако всплеск полиграфического производства и, соответственно, спроса на компоненты может усугубить ситуацию.

Что касается полиграфической активности, сейчас многие эксперты говорят о завершении рецессии, восстановлении объёмов и росте рынка упаковочной печати. По единодушному заявлению руководителей компаний всего спектра, занятого в полиграфическом бизнесе, 2012 год был несколько лучше предыдущего, хотя о возвращении к докризисному уровню речи, конечно, не идёт. Так, в годовом отчёте Sun Chemical зарегистрированы

в 2012 году появились новинки. Так, работающим с флексоплёнками и фольгой производствам европейская Flint Group Packaging предложила новое поколение нитроцеллюлозных красок, среди которых FlexiPrint MV и FlexiStar MV, а также флексографские сольвентные VarioLam AB. Ассортимент на водной основе компания дополнила составом PremoFilm SXS. Sun Chemical представила серию продуктов с низким уровнем миграции SunPak LMQ и универсальные краски SunUno Solimax для прямой и оборотной флексографской и глубокой печати по типовым гибким материалам для выпуска упаковки. За серию SunPak LMQ в июле компания-производитель получила награду InterTech Technology — одну из самых престижных в отрасли. Продукт с низким уровнем миграции, причём даже в невысохшем состоянии, выпустил и концерн Huber. NewV rask MGA пригодна для изготовления пищевой упаковки даже тогда, когда УФ-сушка уже не работает на полную мощность.



Второе направление, которое позволяет производителям краски поддерживать достойные объёмы,— УФ-отверждаемые краски. УФ-краски являются более дорогими, чем краски на основе растворителей, так как стоимость отдельных компонентов краски выше (в частности, стоимость получения мономеров намного выше, чем стоимость нефтехимических растворителей). Тем не менее более низкий расход УФ-красок позволяет скомпенсировать их более высокую «стоимость в расчёте на литр» и является одной из причин, по которой применение УФ-красок обеспечивает снижение себестоимости по сравнению с сольвентными красками. Дополнительное снижение себестоимости достигается за счёт повышения производительности и сокращения времени простоя при использовании УФ-красок. Печатная краска, содержащая растворитель, является менее стабильной из-за высокой скорости испарения растворителя. К тому же для УФ-красок отсутствует такой параметр, как точка воспламенения, и это означает, что в отличие от сольвентных красок УФ-краска не классифицируется как воспламеня-



их месте на рынке вы можете найти в журнале «Печатный бизнес» № 2 за 2012 год. Что касается новинок, специалисты компании Marabu разработали новую серию тампонных красок TampaRotaSpeed TPRS, предназначенную специально для использования в ротационных машинах. TampaRotaSpeed TPRS — глянцевая, очень быстро сохнущая 1- и 2-компонентная система для ротационных тампонных машин линейной и планетарной конструкции. Основная область применения краски — печать по крышкам для бутылок с напитками и ёмкостей с бытовой химией из полиэтилена (PE) и полипропилена (PP).

Рынок полиграфических красок России уникален. По оценкам экспертов, он демонстрирует неплохие на общемировом фоне показатели и в плане объёма, и в плане разнообразия, более того, имеет огромный потенциал. Тем не менее современный уровень оснащения полиграфических предприятий крайне неоднороден, и, как следствие, структура поставок красок отечественных и мировых производителей сложна и непрозрачна. Сложившаяся культура рынка осложняет работу на нём. Вместе с тем, согласно исследованиям РБК, рынок материалов и оборудования для полиграфических производств уже не первый год имеет один из самых высоких показателей клиентоориентированности. Рынок расходных материалов для полиграфии сегодня в полной мере является так называемым рынком покупателя: на фоне широкого ассортимента и производителям, и поставщикам приходится бороться за каждого клиента. Производители активно создают новинки, ориентированные на будущее предпочтение полиграфистов, на перспективу. Поставщики же делают ставку на сервис, ведь, чтобы соответствовать требованиям рынка, типографиям необходимы не только современные полиграфические краски, но и техподдержка.

мый материал. Одним словом, производители, поставщики красок и полиграфисты сходятся во мнении, что УФ-печать в ближайшей перспективе будет более чем востребована, спрос на расходные материалы для неё, соответственно, тоже будет расти. Среди новинок следует отметить разработки бельгийской компании Arets Graphics УФ-красок для печати на высокоскоростных газетных машинах. Несмотря на то что данная технология успешно используется многими крупными газетными производствами уже несколько лет, продолжается разработка и внедрение новых серий, в том числе и с повышенным глянцем для печати на мелованных сортах бумаги. Flint Group анонсировала серию красок EkoCure для светодиодного УФ-отверждения — первую в этом классе для узкоролочной печати. Кстати, тема LED-отверждения активно обсуждалась на выставке Drupe-2012.

Третий сегмент полиграфических красок, в котором производители стремятся предлагать новинки, связан с экспансией цифровых технологий, которая стимулирует развитие новых направлений материалов. Новинки и усовершенствованные продукты

Рынок расходных материалов для полиграфии сегодня в полной мере является так называемым рынком покупателя: на фоне широкого ассортимента и производителям, и поставщикам приходится бороться за каждого клиента.

появляются как для печати продукции, ориентированной только на цифровую печать, так и для перевода на эту технологию традиционных продуктов. Например, SunJet — подразделение Sun Chemical — представило УФ-чернила Etijet LM UV с низким уровнем миграции для сегмента цифровой этикетки.

Наконец, ещё одной из возможностей выделиться могут стать узкоспециализированные предложения: химическая промышленность сегодня предлагает большой ассортимент красок с различными спецэффектами. Сегменты специализированных красок крайне ограничены по определению, однако потребность в них есть. Сложность здесь заключается в невозможности прогнозировать спрос и, соответственно, поставки, а ведь именно оперативность является залогом покупательских предпочтений. Подробный материал о специальных красках и

Подготовила Юлия Раильченко

Современные Ланселоты: поход за Книгой



Мы немало знаем о ситуации на книжном рынке, о стремлениях полиграфических предприятий и издателей, о падении тиражей, но во всех этих случаях воспринимаем книгу как информационный продукт, вычитая её ментальную ценность. О значении книги в современном обществе мы поговорили с Александром Жихаревым — социологом, начальником кадровой службы ОАО «ИПП „Уральский рабочий“».

— **России сегодня необходима объединяющая идея, которая поможет ответить на глобальные вопросы. Вы видите решение в задаче формирования новой книжной культуры?**

— Книга как продукт, созданный в сфере материального производства, имеет вещественную форму со всеми вытекающими последствиями, но вместе с тем она оказывает воздействие на самую тонкую сферу человеческой личности — на его духовный мир. Книга воплощает основные достижения общества, является хранилищем знаний и смыслов, позволяет получить доступ к всемирному культурному богатству. Книга — это также история, и с этой точки зрения мы все — её страницы. Одним словом, книга — это уникальный инструмент, который способен заинтересовать, воспитать поколение, передать мудрость, научить делать правильный выбор. В наступившем столетии это так же актуально, как и прежде.

— **Выбор между добром и злом?**

— В современной трактовке я бы сформулировал так. Развитие цивилизации идёт в двух параллельных направлениях: с одной стороны, растёт и крепнет глобальный потребительский рынок, на который сегодня работает целая индустрия; с другой, существуют люди, находящиеся в вечном поиске, именно они составляют авангард нашей цивилизации, без них не будет движения вперёд. Книги как хранилище мирового интеллектуального и духовного наследия необходимы для того, чтобы не замерло развитие человечества, ведь на протяжении столетий разум формировался с применением письменности и отражался в книгах как в важнейшем инструменте цивилизации

и гуманизма. Масштаб и мировую значимость этого принципа подтверждает интерес к нему международного политического, профессионального и бизнес-общества: мы обсуждали идею на самых разных площадках, и всюду она получила отклик.

— **Этой цели служит идея участия в Международном образовательно-культурном проекте «Книги Мира»?**

— И Национальная программа развития чтения тоже.

Инициатива образования евразийского эпицентра «Книги Мира» на Урале — это новый импульс сосредоточения международных интересов, культурного, творческого и технического взаимодействия, связанного с феноменом книги, — двигателем просвещения всех народов. Это новый культ книги в XXI столетии, на мой взгляд, очень необходимый и цен-

ного центра России — непосредственно связано с качеством образовательного, интеллектуального потенциала и уровнем культуры его жителей.

— **Идея этого проекта и идеи «Экспо-2020» под девизом «Глобальный разум» — взаимопроницающие?**

— Во многом заявка Екатеринбургa на проведение крупнейшей универсальной выставки predeterminedена формированием на Урале сильнейших научных, нравственных и духовных смыслов, ставших частью всемирного мышления и разума.

В то же время осмысление девиза выставки дало развитие новому пониманию идеи проекта «Книги Мира». Проект «Книги Мира» предполагает создание на Урале постоянного международного конгрессно-выставочного процесса, посвящённого книге, научному и лите-

Сосредоточение в столице Урала всемирных образцов печатного слова станет стимулом для создания международных инновационных библиотечных фондов, объединённых единой электронной сетью.

ный. Линия Уральских гор — символ для проекта «Книги Мира». Это регион, соединяющий «страницы» частей света, «страницы» культур Запада и Востока, Севера и Юга в «Глобальную Книгу»; это место поиска глобального разума. Я вижу в этой миссии уникальные предпосылки для международного культурного обмена.

Это политически перспективное, экономически выгодное, яркое амбициозное начинание. Социально-экономическое развитие Среднего Урала — крупного индустриального научно-промышлен-

ному творчеству, издательскому делу, журналистике, полиграфии, библиотечному делу и образованию. Такой процесс — это важнейшая часть современной индустрии глобального разума. Для распространения идей уральского книжного проекта можно начинать с двух-трёх международных номинаций, в которых есть издания, вызывающие читательский, в целом общественный и даже политический интерес. Обсуждения идут вокруг номинаций «Президентская книга», «Патриотическая библиотека»,

«У Победы наши лица», «Всемирная детская литература», «Детское литературное творчество», «Женская книга» и т. д. Везде есть свои «за» и «против».

Так, «Президентская книга» и «Патриотическая библиотека» — это определённая поддержка пожеланий президента России Владимира Путина, адресованных мировому сообществу: знать правду о российской истории, о сложном историческом пути народов нашей страны, правду о современной России, её людях и культуре. «Всемирная детская литература» — это предложение дать старт большому книжному проекту с доброй светлой страницей.

— Можно сказать, что это патриотический проект?

— Давайте начнём с того, что такое патриотизм? Универсальная формула такова: спасти, сохранить, укрепить, развить, умножить, не продать, не предать то, чему ты верен. При этом национальный патриотизм, российский, например, ни в коем случае не противоречит и не вступает в конфронтацию с патриотизмом других государств. И чужая культура, которая — не будем скрывать — порой довольно агрессивно насаждается, в таком случае не воспринимается как угроза, она несёт в себе только информацию. С этой точки зрения книга — это кладёшь объединяющих, общечеловеческих начал, знаний, книга — это космополит и миротворец. Патриотизм — сфера объединения власти, общества, национальных и международных интересов.

— Кстати, проект получил одобрение властей?

— На сегодняшний день проект одобрительно воспринят в администрации Екатеринбурга, в области и Москве. Помогать развитию проекта настроены областная Общественная палата, Совет ректоров вузов, Союз писателей, издательство «Сократ», «Баско», «Уральское литературное агентство» и другие, а также типография «Уральский рабочий» и Союз полиграфистов. Но пока кроме одобрений никаких реальных шагов предпринято не было. В нашу работу активно включился Союз пенсионеров России, который, используя свой политический опыт, помогает сдвинуть проект с мёртвой точки, — это наша первоочередная задача.

Однако книга как возможность уникального синкретизма идей и смыслов представителям власти, безусловно, интересна. К примеру, ко Дню местного самоуправления администрация Екатеринбурга создаёт Белую книгу. По замыслу создателей, она будет представлять собой системный анализ опыта становления местного самоуправления в России. Участники проекта преследуют цель обобщить лучшие наработки в организации местного самоуправления в Екатеринбурге, исследовать основные проблемы муниципального развития в Свердловской области. Идея создания книги зародилась в контексте предлож-

ний президента РФ об укреплении местного самоуправления, о расширении его самостоятельности.

Прекрасными образцами российской патриотической библиотеки стали книги, изданные при участии областной власти «Наш Уральский добровольческий», «Герои России Уральского федерального округа» и др. Всё это — труд известных уральских издателей и полиграфистов, в их числе «Сократ», «Медиа Технологии Групп», «Уральский рабочий».

— Вернёмся к проекту «Книги Мира». Какими вы видите последствия его реализации?

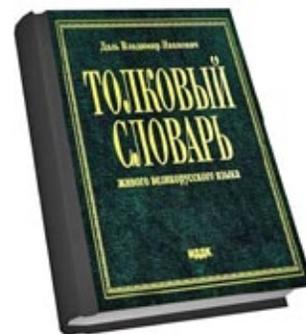
— Он предполагает создание на Урале постоянного международного действия, посвящённого книге, научному и литературному творчеству, издательскому делу, журналистике, полиграфии, библиотечному делу и образованию. Такой процесс — это важнейшая часть современной глобальной информационной и «смысловой» индустрии.

Осуществление проекта в Екатеринбурге даст небывалый импульс интеллектуальному и культурному развитию, основанный на пропаганде и доступности для всего населения лучших образцов российской и мировой литературы в полном многообразии номинаций и жанров.

Потребности проекта «Книги Мира» в современной высокотехнологичной печати книг традиционного и электронного формата зададут тон новому индустриальному развитию: полиграфическому, электронно-цифровому, бумажному производству и машиностроению.

Сосредоточение в столице Урала всемирных образцов печатного слова станет стимулом для создания международных инновационных библиотечных фондов, объединённых единой электронной сетью, технологиями работы со смыслами и порождения смыслов. Система общего и высшего образования получит новые ориентиры и условия подготовки профессионалов. Именно так и должен развиваться «Глобальный разум» XXI столетия, тем самым надёжно преграждая путь любым проявлениям «Глобальной безумия», которых во всемирной истории предостаточно.

Беседовала Юлия Раильченко



Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля слову «книга» даёт три значения. Первое — «сшитые в один переплёт листы бумаги или пергамент»; второе — «писание, всё, что в книге содержится»; наконец, третье — «раздел, отдел в обширном письменном сочинении». Существует теория о тюркском происхождении этого слова, однако часть исследователей придерживается другой позиции: в языках славян и прибалтов уже имелся древнейший, устойчивый и совершенно определённый термин «книга». Наши отдалённые предки не использовали с этой целью лексику ближайших культурных народов, которая им, конечно, была знакома: «библио», «либер», «манускрипт», «хартия», «грамма», а предпочли словообразование от праславянского «кнети», то есть «знать». Учёные убедительно доказывают родство русского слова «книга» с понятиями, означавшими знание вообще.

**Уральский
Рабочий**

Издательско-полиграфическое предприятие «Уральский рабочий»
620990, г. Екатеринбург,
ул. Тургенева, д. 13
тел.: (343) 221-29-17, 221-28-96,
221-28-50 (отдел продаж)
e-mail: book@uralprint.ru
sales@uralprint.ru
<http://www.uralprint.ru>





NISSA | CENTRE



Только новое оборудование

Елена Байтингер, идеолог и руководитель «Типографии Имаго», поделилась с нами мыслями о том, как обдуманнные инвестиции в новое полиграфическое оборудование воплощаются в реальных продуктах для реальных клиентов.

— Расскажите, модернизация и расширение парка оборудования для вас — вынужденная мера, возможность освоить новые рынки или способ повышения качества продукции?

— Каждая новая машина — это шаг в стремлении компании к успеху, который

мы тщательно продумываем. На первом этапе с покупкой печатной машины HP Indigo мы приобрели минимальный набор послепечатного оборудования — только самого необходимого. С 2012 года начали докупать оборудование для улучшения качества и увеличения скорости постпечатных работ, что позволило расширить ассортимент предлагаемых типографией услуг.

— Какие требования вы предъявляете при выборе оборудования?

— Основное требование к оборудованию — стабильность в работе, а в случае поломок и неисправностей — осуществление поставок запасных частей, обслуживание и ремонт в кратчайшие сроки. И, конечно же, важным критерием при выборе оборудования для нас является соотношение цены и качества.

— Почему решили приобрести именно ЦПМ HP Indigo 5500? Какие аргументы «за» стали решающими?

— Изначально мы решили приобрести только новое оборудование. Плюсы очевидны. Во-первых, обучение сотрудников при инсталляции оборудования. Во-вторых, гарантия. В-третьих, уверенность в стабильности работы без неожиданных выходов из строя, что исключает простои типографии в печати и срывы сроков сдачи готовой продукции заказчику.

При выборе печатной машины мы рассматривали самое разное оборудование: от цифровых печатных машин до офсетного оборудования от различных поставщиков и производителей. Остановились на компании «НИССА Центрум».

«НИССА Центрум» предлагает обо-



рудование ведущих мировых производителей печатного, послепечатного оборудования, организует поставку выбранного оборудования, осуществляет техническое обслуживание в гарантийный и постгарантийный период.

Что касается конкретной машины, решили установить семикрасочную HP Indigo 5500. Отмечу характеристики, которые в ней больше всего понравились:



ИМАГО
типография

Типография «Имаго» работает на рынке полиграфических услуг с 2009 года. Основные направления деятельности компании: производство полиграфической продукции, производство фотопродукции и производство широкоформатной продукции. «Имаго» имеет собственную производственную базу печатного и постпечатного оборудования, что обеспечивает оперативное выполнение любого заказа.

- печать от одного листа;
- простая эксплуатация и обслуживание;
- высокое качество печати, стабильность цветопередачи.

Мы не намерены стоять на месте, поэтому важным было также наличие дополнительных возможностей, таких, как печать в автоматическом режиме текстовой и графической персонализации, печать дополнительными красками, печать фотопродукции с высоким качеством, используя специальные дополнительные краски для фотопечати, печать на различных материалах.

— Что изменилось с момента инсталляции ЦПМ HP Indigo 5500? Замечали ли заказчики перемены?

— Заказчики, которые вместе с нами с самого начала, конечно же, замечают все изменения, ведь именно для своих клиентов мы и стараемся создавать наилучшие условия сотрудничества, повышать качество выпуска продукции и качество обслуживания.

— Какие виды продукции вы печатаете на новой цифровой машине?

— Сегодня мы печатаем большой ассортимент продукции, всё невозможно перечислить: визитные карточки, листовки, тейблтокееры, магниты, брошюры, каталоги, годовые отчёты, книги в твёрдом переплёте и многое другое. С октября 2012 года мы начали изготавливать персонализированные на каждой странице ежедневники, еженедельники, планинги, при этом и внутренний блок, и обложку изготавливаем в рамках собственного производства.

— Какие планы на будущее?

— Единственное, что могу сказать, планируем и дальше расширять парк оборудования, как для улучшения изготовления продукции, так и для вывода новых услуг и продуктов на рынок.

— Вместе с расширением парка оборудования планируете ли вы увеличивать штат сотрудников?

— На сегодняшний день у нас сформирован основной штат сотрудников, отличных специалистов с опытом работы в полиграфии, на которых я как руководитель полностью могу положиться. Тем не менее мы стараемся повышать квалификацию и постоянно учимся чему-то новому, как в специальных центрах, так и друг у друга. Так, например, оператор HP Indigo в прошлом году прошёл обучение первого уровня, специалисты постпечатной обработки внедряют новые технологии непосредственно в наше производство, благодаря чему мы расширяем свой ассортимент продукции.

Кстати, мир не без добрых людей, некоторые вопросы и проблемы помогают решать полиграфисты с огромным опытом, и я очень благодарна им за это.

Беседовала Юлия Раильченко

Характеристики HP Indigo press 5500



Красочность машины: 7+7.

Производительность оттисков в час:

- 8 000 — формата А3, красочностью 1+0;
- 2 000 — формата А3, красочностью 4+0;
- 1 000 — формата А3, красочностью 4+4.

Разрешение печати:

1219x2438 dpi и 2438x2438 dpi HDI при 8bit.

Линейатура печати, lpi:

144, 160, 175, 180, 230.

Максимальный формат листа, мм:

330,2x482,6.

Размер максимальной

запечатываемой области, мм: 317x450.

Плотность запечатываемого материала, г/м²:

- 80-350 — мелованная бумага;
- 60-320 — немелованная бумага.

Модуль самонаклада:

- три лотка для стоп бумаги высотой 180 мм (суммарно 6 000 листов, 120 г/м²);
 - один лоток для стопы бумаги высотой 70 мм (700 листов, 120 г/м²).
- Все лотки могут подавать все типы бумаг, одобренные для машины. Число модулей самонаклада — 4.

Модуль приёмки готовой продукции:

- стпель для приёмки запечатанных листов с высотой стопы 600 мм (6 000 листов, 120 г/м²), с возможностью сдвига тиражей в стопе относительно друг друга;
- лоток для пробных оттисков с высотой стопы 25 мм (100 листов, плотностью 120 г/м²).

Система управления технологическим процессом HP Press Production Manager с растровым процессором Harlequin с возможностью масштабирования, под управлением WindowsXP Pro. Формат данных PostScript Level 1, 2, 3, PDF 1.6, PDF/X-1a:2001, PDF/X3:2002, PDF/X3:2003 TIFF, JPEG, EPS, PPML, JLYT.



Размышление об управлении цветом и о стандартизации

Повышение и поддержание постоянно высокого качества печатной продукции — задача номер один для каждого полиграфического предприятия. И тем не менее из года в год проблема остаётся актуальной. Почему? Ответ на этот вопрос знает Дмитрий Кобзарь, специалист по управлению цветом компании «Апостроф», который в решении наболевших проблем собаку съел. А может, и не одну.

Хотели как лучше, а получилось как всегда. Фраза избита. Но она очень подходит к ситуации, сложившейся в типографиях. Казалось бы, уже давно и денситометр, и спектрофотометр есть практически возле каждой печатной машины, но довольно редко они используются эффективно. Обычно всю вину в этом пытаются повесить на печатника. На деле проблема совершенно в ином, и она заключается не только в простом умении пользоваться денситометром. Но давайте по порядку.

Для начала определимся, чего хотят заказчики от полиграфической продукции в плане цвета. Однажды услышал примерно такую фразу: «Хочу, чтобы все иллюстрации были «вкусные», контрастные, насыщенные, а логотип попадал в Пантон!». Иными словами, заказчик хочет видеть то же самое, что и задумал, то, что видел на мониторе, и, конечно же, «попасть в Пантон». Знакомо? И, наверное, припоминаете, на какие эксперименты и хитрости приходилось идти, чтобы «выкрутить» цвет.

Конечно, пример не самый простой, но даже заказчики, которые прекрасно понимают возможности и ограничения цветопередачи при печати, зачастую не могут получить от типографии внятный ответ

на то, каким образом им подготавливать макеты. Типичным ответом от типографии является примерно следующее: «Используйте стандартный СМΥК, и сумма красок должна быть не больше 300%». В итоге недовольный заказчик пытается предъявить рекламации, а печатник в ответ — идеальные показания денситометра.

Такая ситуация возникает из-за того, что в типографии часто не доводят до конца процесс стандартизации, а работа с цветом происходит по наитию или по «голым» показаниям денситометра.

Вы можете обоснованно возразить: стандартизация — сложный процесс, требующий усилий, времени и финансирования. И будете правы! Но это не повод останавливаться на половине пути. В конечном счёте это позволит не только сэкономить, но и привлечь и удержать новых заказчиков. К тому же стандартизация подразумевает чёткое и неукоснительное соблюдение всех норм и правил каждый день, более того, документальное подтверждение независимым экспертом. На практике достаточно произвести так называемую калибровку. По сути это то же самое, что и стандартизация, но произведённая настолько близко к требуемым «эталонным» значениям и параметрам, насколько это позволяет существующий

технический процесс и используемые материалы.

Предлагаю рассмотреть последовательно основные вопросы стандартизации (калибровки), взаимодействия с заказчиком и ошибки, которые часто допускают на этом пути.

В соответствии с ГОСТ 1.1–2002 стандартизация — это деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определённой области посредством установления положений для всеобщего и многократного использования в отношении реально существующих или потенциальных задач.

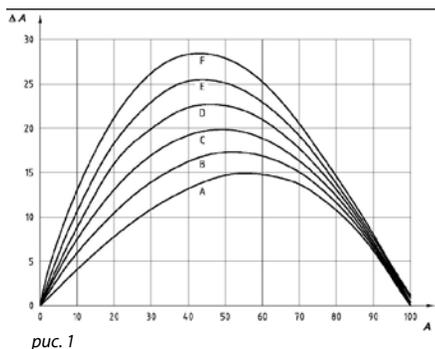
Самые важные в этом определении слова — «для всеобщего и многократного использования».

Первая и важная ошибка, которую допускают полиграфисты, — попытка выработать собственные нормы. Не стоит изобретать велосипед, гораздо проще воспользоваться «всеобщими» нормами ISO 12647. Также, к сожалению, довольно многие заблуждаются, что достаточно использовать только денситометрические параметры и нормы. ISO 12647 определяет целевые значения красок в координатах CIE L*a*b и допуски. На практике можно воспользоваться очень простым методом: один раз приладить тестовый тираж по целевым значениям CIE L*a*b, а затем замерить по полученным контрольным шкалам плотность каждого из цветов. Эти показания и будут целевыми при использовании данных чернил на таком типе бумаги.

На практике редко встречаются работы, состоящие только из 100-процентных плашек, практически всегда большей частью сюжет содержит тоновые изображения.

Вторая ошибка — недостаточное внимание к вопросам стабильности печати изо дня в день. Конечно, важно быть уверенным, что вы получаете одинаковую по своим свойствам краску от банки к банке и от партии к партии. То же касается и бумаги, и пластин, и других расходных материалов. Но и это не всё! Очень часто в типографиях практически не уделяют внимание климату — температуре и влажности, предварительной акклиматизации бумаги. Хорошо, если печатная машина оснащена модулем термостатирования кипсейки. Но если не стабилизировать температуру и влажность, вы будете получать разное приращение тона (это то же самое, что и растискивание).

Третья ошибка — отсутствие компенсации и контроля приращения тона. Печатник практически не может повлиять на приращение тона в процессе печати тиража. Но он должен постоянно собирать



думываясь (или не зная), на какой бумаге и с какой линеатурой будет осуществляться печать и тем более какие пластины будут использоваться. Поэтому на практике разумно будет вне зависимости от используемых материалов ориентироваться на приращение тона в соответствии с кривой А для красок СМУ и кривой В для чёрной краски (рис. 1).

Итак, давайте тезисно определим последовательность шагов, которые нужно пройти на пути стандартизации:

- 1) определиться с используемыми материалами: бумагой, красками и пластинами;
- 2) убедиться, что печатная машина и весь процесс в целом стабильны;
- 3) определиться с линеатурой и типом растривания;
- 4) произвести тестовый тираж, приладиться по целевым значениям CIE L*a*b. Полученные значения плотностей для СМУК записать как целевые параметры для оперативного контроля в будущем;
- 5) произвести компенсацию приращения тона.

Если всё вышеописанное сделано правильно, результат позволит вашим заказчикам использовать стандартный профайл типа ISO Coated v2 (Fogra39).

Вы также можете в качестве дополнительного — шестого — пункта произвести построение собственного профиля печатной машины. Но его настоятельно ре-

комендуем использовать исключительно на участке цветопробы.

статистику по этому параметру, чтобы передать её на допечатный участок, где при выводе форм должны ввести соответствующие компенсационные кривые. Чтобы показать, насколько важно контролировать приращение тона, приведу очевидный аргумент. На практике редко встречаются работы, состоящие только из 100-процентных плашек, практически всегда большей частью сюжет содержит тоновые изображения. Не следя за тоном, вы теряете контроль над 99% цвета: фактически контроль остаётся только над 100-процентными плашечными цветами. Стандарт ISO 12647 включает кривые приращения тона для различных типов бумаг, линеатур и типов пластин. Но на практике при подготовке материала дизайнеры и верстальщики чаще всего используют стандартные профили Fogra39, ISO Coated v2, практически не за-



рис. 2

комендуем использовать исключительно на участке цветопробы.

Остаётся самая последняя и важная часть стандартизации или калибровки — работа с заказчиками. Не стоит рассчитывать, что каким-то чудом заказчики будут правильно трактовать фразу «мы работаем по стандарту ISO, используйте стандартные профили СМУК». Нужно помочь заказчику правильно подготовить макет. Естественно, не стоит делать чужую работу, просто нужно в понятной форме донести до клиента, что от него требуется. В конце концов, он заинтересован не меньше вашего в качественном результате.

На рис. 2 приведены оптимальные настройки Adobe Photoshop для большинства задач. Вы можете использовать подобные иллюстрации в своих технических требованиях.

ЛИСТОПОДБОРОЧНЫЕ И БРОШЮРОВАТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

Настоящее европейское качество и надёжность

Watkiss Vario

- Универсальные башни с вакуумной или фрикционной системой подачи листа на выбор
- Компьютерное управление комплексом с башни
- Модули брошюрования на проволоку или скрепку
- Модуль торцевой подрезки
- Модуль квадрачения корешка
- Перекрёстный укладчик блоков

Watkiss DigiVAC+

- Вакуумный подбор листа
- Догагрузка лотков во время работы
- Компьютерное управление комплексом с башни
- Модули брошюрования на проволоку или скрепку
- Модуль торцевой подрезки
- Модуль квадрачения корешка
- Перекрёстный укладчик блоков

Watkiss PowerSquare 200

- Брошюровка, подрезка и квадрачение корешка за 1 цикл
- Ручная или онлайн-подача блоков с ЦПМ
- Автоматическая перенастройка на тираж
- Скрепление на проволоку
- Скрепление до 50 листов в брошюре!
- Малая занимаемая площадь

APOSTROF

www.apostrof.ru (495) 787-34-46

Inkredible

Концерн Huber с 2007 года начал изготавливать краски по принципиально новой технологии. Эта технология получила название Inkredible.

Что изменилось за 5 лет применения этих красок в российской полиграфии?

В настоящее время рецептуры отработаны до мелочей. Получены сертификаты Fogra на все краски для листовой офсетной печати. Причём продукты концерна Huber стали первыми представленными на российском рынке красками, имеющими такой сертификат.

Основные стандартные серии — это: Rapida — быстрозакрепляющаяся триада для печати на любых типах бумаг и картоне с повышенным содержанием минеральных масел. Краску можно оставлять на ночь в кипсейке. Триада имеет высокую интенсивность, что обеспечивает хорошую градационную передачу и широкий цветовой охват и обуславливает высокую экономичность. Подходит для печати на всех типах листовых печатных машин, оснащённых различными системами увлажняющих аппаратов.

Surprise — краска в высокопигментированном исполнении.

Reflecta — высокоглянцевая триада, изготовленная на основе возобновляемого растительного сырья. Подходит для печати на любых типах машин, оснащённых различными системами увлажняющих аппаратов. Особо высокий глянец достигается при печати на мелованных бумагах. Идеально применяется на 8- и 10-красочной печати с переворотом.

Perfexion — высокоглянцевая и высокопигментированная триада на основе возобновляемого растительного сырья.

Resista — стойкая к истиранию триада с повышенной долей минеральных масел. Подходит для печати на любых типах машин, оснащённых различными системами увлажняющих аппаратов. Незаменима в тех случаях, когда основное требование — высокая прочность красочного оттиска к истиранию. Особенно подходит для печати на матовых мелованных бумагах и различного типа картонах. Краску можно оставлять на ночь в кипсейке. Вариант с высоким содержанием пигмента носит имя **Impression**. Краски базируются на возобновляемом растительном сырье.

В качестве базиса для всей серии Inkredible использованы специальные твёрдые смолы, оптимизированные поверхностные пигменты и совершенно новая технология изготовления краски. Эта новаторская формула обеспечивает улучшенную текучесть, быстрое достижение стабильного баланса «вода-краска», устойчивые производственные условия при печати без использования спирта. Это именно те свойства, которые необходимы в современном высокоскоростном производстве. Инновационные краски также обладают высокой скоростью сушки, прекрасным глянцем и замечательной стойкостью к истиранию — лучшими, чем были у прежних серий.

Остановимся подробнее на последних двух сериях, так полюбоившихся (и заслуженно) полиграфистам.

Resista®

Особенности. Стойкая к истиранию триада с нормальным впитыванием подходит для печати на матовых мелованных бумагах и запечатываемых материалах, нестойких к истиранию. Высокая стойкость к механическому воздействию в сочетании с интенсивностью и чистотой цвета, а также безупречными характеристиками красочного треппинга гарантируют высокий результат. В ассортименте компании «Хостманн-Штайнберг РУС» представлены три модификации Resista® — ночная, дневная и новая мягкая. Дневная применяется там, где необходима срочная послепечатная обработка. Мягкая создана специально для печати на бумагах со слабым верхним покрытием и печати на тонких бумагах.

Resista	Стойкость (ISO 2836/12 040)				
Еврошкала		Светостойкость	Стойкость к истиранию		
			Спирты	Смесь растворителей	Щёлочи
Gelb	41F50RS	5	+	+	+
Magenta	42F50RS	5	+	+	.*
Cyan	43F50RS	8	+	+	+
Schwarz	49F50RS	8	+	+	+

F — ночная серия — не подходит для печати плакатов;

N — очень быстрая оксиполимеризация;

FW — серия с пониженной липкостью и вязкостью.

Применение. Серия Resista® особенно подходит для печати на матовых мелованных бумагах, для которых заданы высокие требования по стойкости к истиранию красок. Но также можно достичь превосходных результатов на всех других типах впитывающих материалов и материалах, нестойких к механическим нагрузкам. Эта серия отличается мини-

мальным растискиванием и образованием стабильной эмульсии. Благодаря хорошему глянту и средней скорости высыхания допускается универсальное применение этой серии. Для печати на 8- и 10-красочных машинах с переворотом подходит ночная серия (Resista 41/42/43/49 F 50 RS).

Характеристики:

- превосходная стойкость к истиранию на всех впитывающих материалах;
- средняя скорость высыхания;
- подходит для машин с переворотом листа;
- хорошее «поведение» в стопе при минимальном использовании противотмарывающего порошка;
- хороший глянец;
- цвет в соответствии с требованиями DIN ISO 2846-1 и 12647-2;
- естественный баланс серого цвета;
- быстрое достижение баланса «вода-краска» и стабильная эмульсия;
- высокая стабильность при печати тиража;
- идеально подходит для печати без ИПС.

Impression®

Особенности. Стойкая к истиранию триада с нормальным впитыванием подходит для печати на матовых мелованных бумагах и запечатываемых материалах, нестойких к истиранию. Высококонтрастная серия особенно хорошо подходит для печати с высокими оптическими плотностями. Высокая стойкость к механическому воздействию в сочетании с интенсивностью и чистотой цвета, а также безупречными характеристиками красочного треппинга гарантируют высокий результат.

Применение. Серия Impression® особенно подходит для печати на матовых мелованных бумагах, для которых заданы высокие требования по стойкости к истиранию красок. Но также можно достичь превосходных результатов на всех других типах впитывающих материалов и материалах, нестойких к механическим нагрузкам. Применение в соответствии со стандартом DIN ISO 12647-2 может

быть также бесппроблемно реализовано. Специальная формула позволяет при печати, где требуются высокие плотности, получить контрастный, красочный оттиск без ущерба высыханию. При минимальном нанесении красочного слоя необходим постоянный контроль параметров, так как в этом случае возможны их колебания. Эта серия отличается минимальным растискиванием и образованием стабильной эмульсии. Благодаря хорошей степени глянца и средней скорости высыхания допускается универсальное применение этой серии. Impression® подходит и для печати на 8- и 10-красочных машинах с переводом.

Характеристики:

- превосходная стойкость к истиранию на всех впитывающих материалах;
- высококонтрастная печать;
- средняя скорость высыхания;
- подходит для машин с переводом листа;
- хорошее «поведение» в стопе при минимальном использовании противотмарывающего порошка;
- хороший глянец;
- цвет в соответствии с требованиями DIN ISO 2846-1 и 12647-2;
- естественный баланс серого цвета;
- быстрое достижение баланса «вода-краска» и стабильная эмульсия;
- высокая стабильность при печати тиража;
- идеально подходит для печати без ИПС.

Quickfast®

Компания «Октопринт Сервис» представляет новинку — серию краски, созданную с учётом пожеланий клиентов на основе серии Resista®.

Особенности. Так как типографии зачастую по разным причинам вынуждены работать на бумагах и картонах, мягко говоря, не лучшего качества, постоянно возникают проблемы с плохим закреплением, отмарыванием, истиранием красочного слоя. Специалисты концерна Huber постарались учесть такие нюансы при создании новой серии. Quickfast® — быстросохнущая, стойкая к истиранию, высокоинтенсивная серия триадных красок для листового офсета, основанная на возобновляемом сырье без минеральных масел. Она также подходит для малых тиражей, когда время между печатью и последующей обработкой необходимо сократить до минимума.

Quickfast	Стойкость (ISO 2836/12 040)				
Еврошкала		Светостойкость	Спирты	Смесь растворителей	Щёлочи
Gelb	41F50QF	5	+	+	+
Magenta	42F50QF	5	+	+	.*
Cyan	43F50QF	8	+	+	+
Schwarz	49F50QF	8	=	=	+

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

* — не подходит для печати плакатов;
 F — ночная серия — не подходит для печати плакатов;
 N — очень быстрая оксиполимеризация, нельзя оставлять на ночь.

Применение. Краски серии Quickfast являются оксидативно закрепляющимися, поэтому их можно рекомендовать для печати упаковки продуктов питания только в том случае, когда исключён переход компонентов, входящих в рецептуру краски, непосредственно на продукты питания.

Характеристики:

- превосходная стойкость к истиранию, а также минимальная «склонность» к карбонированию;
- особенно хорошо ведёт себя при работе с критичными бумагами;
- очень высокая скорость закрепления;
- сокращение времени между печатью тиража и обработкой;
- очень хороший глянец;
- быстрое достижение баланса «вода-краска» и стабильная эмульсия;
- сертификация по Fogra;
- цвет в соответствии с требованиями DIN ISO 2846-1 и 12647-2;
- высокая стабильность при печати тиража;
- идеально подходит для печати без ИПС;
- не рекомендуется для запечатывания плёнок и невпитывающих материалов.

По материалам уральского филиала компании «Хостманн-Штайнберг РУС»

КРАСКИ HUBER

СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ





Hostmann-Steinberg RUS

620089, г. Екатеринбург,
 ул. Родонитовая, д.12
 Телефон: +7 (343) 253-06-07
 +7 (343) 253-06-08

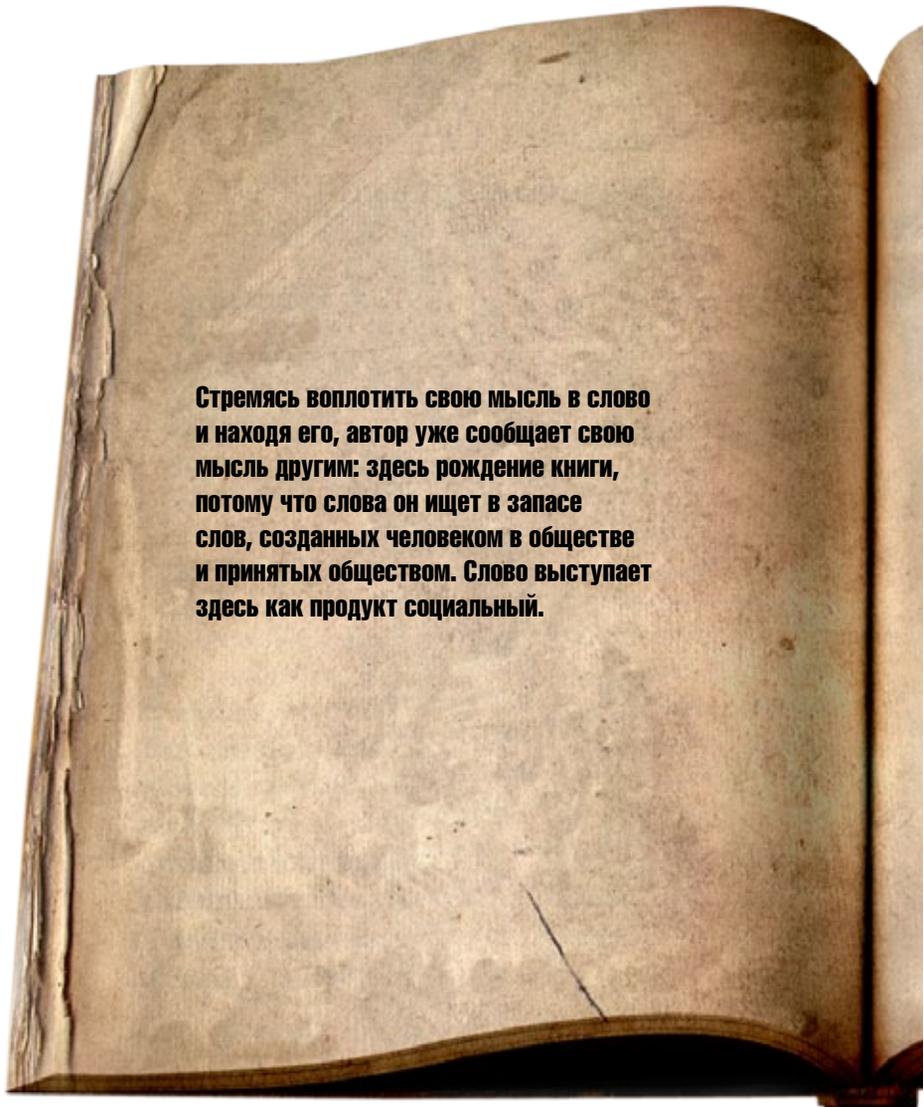
www.hostmann-steinberg.ru

Печатные и электронные издания: проблема отцов и детей

Печатные и электронные издания — сплав индивидуума и коллектива в формате языка.



Стефан Стефанов,
технолог-полиграфист,
к. т. н., профессор РУДН



Стремясь воплотить свою мысль в слово и находя его, автор уже сообщает свою мысль другим: здесь рождение книги, потому что слова он ищет в запасе слов, созданных человеком в обществе и принятых обществом. Слово выступает здесь как продукт социальный.

В то время как устное слово и жест отличаются крайней несамостоятельностью и полной зависимостью от их индивидуального автора, выражающего в данный момент свою мысль в слове или жесте, отличаются временной быстротечностью, территориальной ограниченностью и «невещественностью», печатные и электронные издания (в дальнейшем будем использовать обобщающий термин «книга») являют собою прочное материальное воплощение мысли и печатного или электронного слова, взятых вместе и доступных неопределённо большому числу людей в неопределённо большой период времени.

Идея книги — в «упаковке мысли» автора.

Книга, мыслимая в своём всеединстве, воплощает в материальной форме мысль и слово автора. Именно в книге личность стремится к прочному выявлению себя в социуме, в человечестве, стремится передать ему себя и свои мысли, связать себя с ним. Эта сторона, или момент книги, составляет её индивидуальную природу. Поскольку автор неотделим от книги, поскольку он индивидуален и индивидуальны его мысли, слова и труд, постольку и книга индивидуальна.

Но книга в отличие от устного слова и жеста отличается большей «самостоятельностью» и меньшей зависимостью от индивидуальности автора. В книге выступает и общество, в книге участвует коллектив, книга имеет и социальную природу. Написанное (напечатанное) слово не принадлежит только автору, но всему обществу, создание книги не есть дело только автора, но целого коллектива, производящего книгу; жаждет общения не только автор, но и общество. Таким образом, в природе книги два начала — индивидуальное и социальное, которые сливаются в ней воедино, и слияние это происходит в материальной сущности книги, в материи, являющейся субстратом книги, и в циркуляции книги, во время книжного общения людей. Лишь в процессе этого слияния и в результате его осуществляются максимальные усилия индивидуума и коллектива, направленные к лёгкому, свободному и полному выявлению мысли и слова в книге. Вмещающая в себя мысли и слова, облечённые в видимые знаки, книга как сложное явление культуры сама в себе таит ключ к познанию путей общения.

Слияние в природе книги двух начал достигается путём кропотливых и тягост-

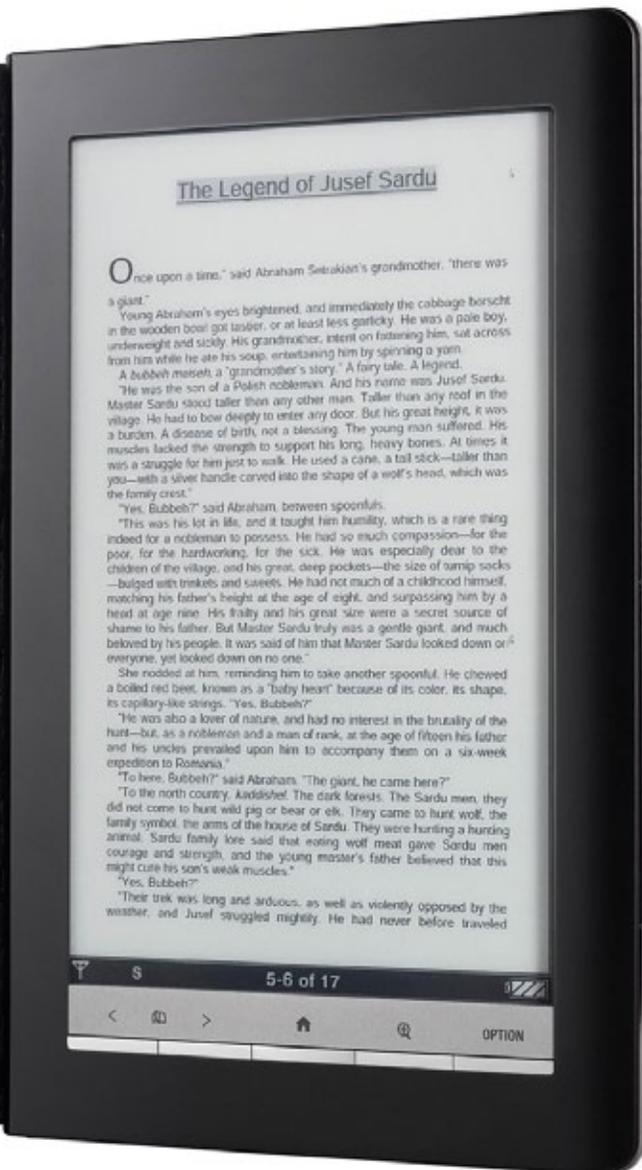
ных, порой томительных и горестных исканий — индивидуальное и социальное.

Как у автора, так и у читателя жажда выражения живёт как бы самостоятельно, и книжное слово нужно тому и другому, чтобы уяснить себе мир явлений, чтобы объективировать свою мысль. Понятно радостное удовлетворение, которое переживает читатель, когда его неформальная, ещё не достигшая своей ясности мысль оформлена в слове книги, объективирована автором книги.

Стремясь воплотить свою мысль в слово и находя его, автор уже сообщает свою мысль другим: здесь рождение книги, потому что слова он ищет в запасе слов, созданных человеком в обществе и принятых обществом. Слово выступает здесь как продукт социальный.

Следовательно, в своём рождении, в «лаборатории» автора книга выявляет всю свою природу, так как индивидуальное сливается там с социальным. Автор должен преодолеть себя, выразив мысль хотя бы для себя в найденном слове, которое вместе с тем будет понятно или должно быть понятно другим, потому что от них же, из языка, создаваемого в обществе, оно берётся.

Но трагедия индивидуальной мысли



Селянин понимает своего собрата, но не слова городского человека; светские люди понимают друг друга и не понимают учёного. Некоторым учёным удавалось писать книги с твёрдой уверенностью, что их поймут только два или три человека во всём мире.

в том и заключается, что мысль, облёкшаяся в слово, является уже связанной со всем социальным целым, с той бесконечной вариацией значений и оттенков, которые имеет слово в обществе, взятом в его развитии, вместе с его языком, в его настоящем, прошедшем и будущем. Преданная слову авторская мысль теперь качается по этим бесконечным волнам словесных оттенков и значений в многолик и многоречивом коллективе, хотя каждое слово только одной своей гранью, одним смыслом, одной чертой выражает мысль автора... Отсюда — трудность найти истинное слово и трудность примириться, раз слово уже найдено.

Наверное, только национальный язык из творений человека, объединённый в нацию, можно назвать живым. Он живёт своей жизнью, обогащаясь, развиваясь, уже независимо от развития нации и даже после её исчезновения. Древнегреческий, древнеславянский, латынь, хинди существуют как языки, а создатели давно канули в Лету.

В связи с трудностью словесного выражения проблема читателя книги наталкивается на важный вопрос: понимаем ли

мы автора и его мысли даже в том случае, если книжное слово воспринимается нами именно так и в таком смысле, как нашёл его автор, объективируя в нём свою мысль? В моменте печатного слова не растворяется ли автор в авторстве социальном? Постановка такого вопроса в практической жизни, в педагогике чтения должна иметь громадное значение.

В самом деле, понимаем ли мы друг друга? Не тускнеет ли мысль, проходя сквозь выражение? То ли мы произносим, что мыслим? То ли мы воспринимаем, что приносит язык?

Селянин понимает своего собрата, но не слова городского человека; светские люди понимают друг друга и не понимают учёного. Некоторым учёным удавалось писать книги с твёрдой уверенностью, что их поймут только два или три человека во всём мире. Соедините же оба конца этой цепи, поставьте простолудина перед выражением мысли мудрейшего из смертных: тот же язык, те же слова — а низший обвинит высшего в безумии!

И после этого мы ещё верим нашим выражениям, мы не боимся предавать им своих мыслей?!

Отсюда можно сделать вывод: на содержание книги нельзя смотреть как на величину постоянную, вечно и для всех одинаково существующую. Книга и автор — суть нашей проекции книги и автора.

В процессе истории и в процессе производства книги социальное выступает на первый план. Видимые знаки письма и книги не принадлежат индивидуальному творцу, но являются общим достоянием, всем данным и понятным для всех, активно живущих в социальном организме. Индивидуальность автора мыслей, выраженных в слове, всё более отходит на задний план по мере претворения мысли и слова в книгу; всё более отдаляется автор от своего создания. Для идеи книги, сохраняющей и передающей содержание мыслей автора, не играет роли индивидуальный почерк автора, бумага, на которой он писал, и пр. Всё это имеет лишь специальный интерес. Но само содержание мыслей и слов передаётся социальными средствами. И вот поэтому автор, отдаляясь от своего творения, когда последнее материализуется в форме книги, становится «вещью», всё более и более приближается через книгу к человечеству.

Сливаясь в природе книги, индивидуальное и социальное делают общечеловеческим, принадлежащим всем и в потенции уже воспринимаемым всеми.

Возникает вопрос: кто подлинный автор книги? Не только писатель, но и издатель, редактор и дизайнер, полиграфист-технолог и печатник... Создание книги принадлежит не личности, а личностям, коллективному творцу. Автор рукописи и автор книги, даже если это одно лицо, — далеко не одно и то же. Уже в самом процессе книжного производства видно социальное действие книги.

Компьютерные технологии, публикации в Интернете и создание электронных изданий усугубили проблему «индивидуальное и социальное». И не только. Они усугубили проблему поколений, владеющих и не владеющих компьютерными технологиями. Речь идёт не о замене одних изданий другими. Речь идёт о предпочтении с учётом рациональности, решаемых задач, материальных возможностей, эстетических предпочтений личности, эмоционального настроения, возраста и профессии.

Каждая эпоха имеет свои глаза, уши и понимание мира. Наша эпоха XXI века в восприятии мира ужалась меньше, чем на поколение. Моя бабушка только в старости слышала и видела радио, я смотрел телевизор и уже почти в старости работаю на компьютере, моя дочь не ложится спать без мобильного телефона, а флешка заменяет ей ожерелье. Пределы колебания смысла слов возрастают, и отцы всё чаще не понимают детей, хотя говорят они на одном языке.

stefanin@mail.ru

1000 ТОВАРОВ -

это 1000 новых идей для вашего бизнеса

БАНКОВСКАЯ
ТЕХНИКА

ОФИСНАЯ
ТЕХНИКА

ДЛЯ
ПОЛИГРАФИИ

ДЛЯ
ТИПОГРАФИИ

ПРИБОРЫ
КОНТРОЛЯ

СРЕДСТВА
СВЯЗИ

СПРАВОЧНИКИ



www.1000-tovarov.ru
E-mail: info@1000-tovarov.ru

8 (499) 502-56-32
8 (925) 045-46-47



НПФ «Политехника»
Москва
ул. Шоссейная, 110
тел./факс: (495)
783-01-67 (68)
558-81-59
www.polivalik.ru
e-mail: info@polivalik.ru

ВАЛИКИ

ДЛЯ ПЕЧАТНЫХ МАШИН
(изготовление и восстановление)



САНТАЙ

УСЛУГИ:

- Изготовление и обрезинивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

- Шлифовка резинового покрытия
- Ремонт посадочных мест
- Изготовление, ремонт металлических стержней
- Шлифовка металлических стержней

ООО «Сантай»
664014, Россия,
г. Иркутск, ул. Полярная, 117
Тел.: (3952) 70-92-72, 38-64-02
Факс: (3952) 70-92-72, 38-64-03
моб.: 8-902-515-21-69
e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru



БЕСПЛАТНАЯ
КРУГЛОСУТОЧНАЯ
СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА
ЧТО? ГДЕ? ПОЧЕМ?

(343) 383-45-45

Вся информация о компаниях,
товарах, услугах, адресах и ценах

www.INFO-TORG.ru

ПОЗВОНИЛА И НАШЛА!



222 10 10

ГОРОДСКАЯ СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА
ПО ТОВАРАМ И УСЛУГАМ

• товары • услуги • телефоны • выгодные цены • удобно =>

19 дизайн и реклама

16-19
04.13
ЦДХ

ВЫСТАВКА
РЕКЛАМНОЙ
ИНДУСТРИИ

СДЕЛАЙТЕ ПОМЕТКУ В КАЛЕНДАРЕ!

16–19 апреля 2013
Москва, ЦДХ
www.design-reklama.ru

ЗАКАЖИТЕ СТЕНД ПРЯМО СЕЙЧАС!

Онлайн на www.design-reklama.ru
Тел.: +7 495 657 99 22
E-mail: dr@expopark.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

POLYGRAPHINTER r u s s i a

24-я международная выставка
полиграфического оборудования, технологий, материалов и услуг

12 – 15 ноября 2013 года
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



забронируйте стенд на www.polygraphinter.ru

Организатор:



В составе группы компаний ПТЕ

Тел: +7 (495) 935 81 00

E-mail: polygraphinter@mvk.ru

При поддержке:

