

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

10

10 [121] октябрь 2009

Тема номера:

ВЫСТАВКА

В номере:

| | |
|--|----|
| Путеводитель по «Полиграфинтер-2009» | 20 |
| Как быстрее одобрить цвет и удержать его в тираже (ч. 2) | 33 |
| Ошибки в файле – ошибки в фальцовке | 38 |
| Цветные цифровые печатные машины (справочник покупателя) | 50 |
| Клиенты побоку? | 32 |
| Нетипичный «китай» (офсетные пластины) | 41 |
| Активно и агрессивно – это про краски | 43 |
| Оперативный ребрендинг турецкой PrintCenter | 46 |
| Обзор: | |
| Corel Painter 11 | 16 |



Выбираем козырные продукты

На лучших цифровых продуктах года стоит логотип EDP. Ежегодно издатели авторитетнейших европейских журналов по цифровым технологиям печати награждают самые яркие инновационные продукты в этой сфере.

www.edpassociation.com

РЕКЛАМА

Member Magazines



ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

| | |
|----------------------------|---------------|
| Consistent. | 13 |
| EDP. | 4 обл. |
| Heidelberg. | 27 |
| Hiflex. | 17, 30, 31 |
| KBA. | 61 |
| Muller Martini. | 25 |
| Nissa Centre. | 7 |
| Offset Print Service. | 62 |
| Riso. | 15 |
| X-rite. | 9 |
| Берег. | Вклейка 32/33 |
| Внешмальтиграф. | 62 |
| Грас. | 62 |
| Европапир. | 23 |
| КНТ Синема Принт. | 62 |
| Мак Центр. | 5 |
| Монди. | 19 |
| Полиграфинтер 2009. | 2 обл. |
| Реклама 2009. | 3 обл. |
| Терем. | 11 |
| Типография Парадиз. | 62 |

НАШ ОПРОС

Собираетесь ли Вы посетить Полиграфинтер-2009?

Всего ответов: 36

Да, и не на один день / 13 (36.1%)

Да, хотя бы раз / 13 (36.1%)

Нет / 10 (27.8%)

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

10 [121] октябрь 2009

Выходит ежемесячно

Руководитель проекта Денис Самсонов denis@publish.ru
Главный редактор Игорь Терентьев tim@publish.ru
Заместитель главного редактора Дмитрий Старцев sdn@publish.ru
Редактор новостей Олеся Зайцева pnews@publish.ru
Корреспондент Ольга Чурина
Редактор раздела «Типографика» Владимир Ефимов
Куратор рубрики «Портфолио» Валерий Голыженков
Дизайн и вёрстка Дмитрий Войтов
Литературный редактор Сергей Чертков
Корректор Наталья Данилова
Реклама ООО «Рекламное агентство «Чемпионс»

Александра Козлова — старший менеджер kozlova@osp.ru
 Екатерина Милешина mileschina@osp.ru
 ООО «ОСП-Курьер» (495) 725-47-85

Распространение

Адрес редакции
 Россия, 127254, Москва, ул. Руставели, д. 12а, стр. 2, Publish

Телефоны
 редакции: (495) 725-4780
 рекламы: (495) 253-9228, 725-4780
 отдела распространения: (495) 725-4785

Факс (495) 725-4783
 © ЗАО «Издательство «Открытые системы»», 2009.
 Все-права защищены.

Учредитель и Издатель

ЗАО «Издательство «Открытые системы»».
 Адрес: 109072, Москва, ул. Серафимовича, д. 2, к. 3.
 Издание зарегистрировано в Государственном комитете РФ по печати.
 Дата регистрации 25.06.1998. Рег. № 015103.
 Подписные индексы по каталогам:
 — 64117 (дополнение к каталогу «Пресса России», с. 23)
 — 40915 (каталог Агентства «Роспечать»)
 — 99487 (каталог «Почта России»)

Цена свободная.

Отпечатано в ООО «Богородский полиграфический комбинат»
 142400, Московская обл., г. Ногинск,
 ул. Индустриальная, д. 406
 Тираж 10 000 экземпляров.



**ОТКРЫТЫЕ
СИСТЕМЫ**
 Open Systems Publications

ЛЕГАЛЬНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
Para(-)Type
 IN LEGAL USE



Президент
Генеральный директор
Коммерческий директор
Директор по маркетингу

Михаил Борисов
 Галина Герасина
 Татьяна Филина
 Елена Сыбачина

Редакция прилагает все возможные усилия к тому, чтобы публикуемая информация была точной. Если вы заметите ошибки, пишите по адресу publish@publish.ru или звоните (495) 725-47-80. Мнения авторов именных колонок, а также статей в рубрике «Форум» не всегда совпадают с мнением редакции. Полное или частичное воспроизведение или размножение каким бы то ни было способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издательства «Открытые Системы»

Адрес в WWW <http://www.publish.ru> **Узел обновляется ежедневно**

publish
№ 11

**WEB OFFSET CHAMPION GROUP
 КАК БЫСТРЕЕ ОДОБРИТЬ
 ЦВЕТ И УДЕРЖАТЬ ЕГО В
 ТИРАЖЕ (Ч. 3)**

**РЕДАКЦИЯ PUBLISH
 ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВ-
 КЕ «РЕКЛАМА-2009»
 ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО
 «ПОЛИГРАФИНТЕР-2009»
 (ДОПОЛНЕНИЕ)**

ТЕМА НОМЕРА:
СПЕЦЭФФЕКТЫ
БИРГИТ ГРОССЕ,
ПЕТЕР ШМИТТ
ЛЕНТИКУЛЯРНЫЕ
ПЕРСПЕКТИВЫ
МАРСЕЛЬ ШАРИФУЛЛИН
УФ-ЛАКИРОВАНИЕ
(СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ)

**А ТАКЖЕ НОВОСТИ, ОБЗОРЫ,
 ВАШИ ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ
 И МНОГОЕ ДРУГОЕ**

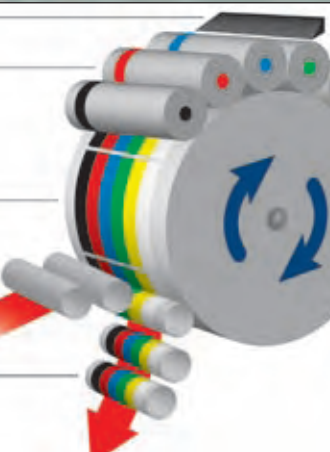
НОМЕР ВЫЙДЕТ В ОКТЯБРЕ 2009 Г.



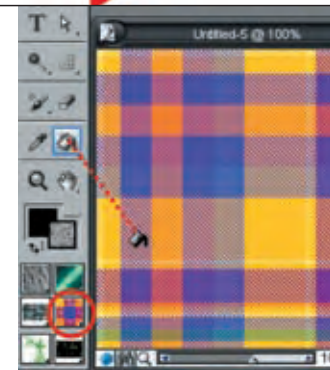
4



50



48



16



58

Publish № 10, 2009



- 20 **ТЕМА НОМЕРА**
КРАТКИЙ СОВЕТНИК ПО «ПОЛИГРАФИНТЕР-2009»
Это будет не самый большой «Полиграфинтер», хотя и не с экстремально малым количеством экспонентов и оборудования, как виделось в начале года.



- 33 **ПЕЧАТЬ**
КАК БЫСТРЕЕ ОДОБРИТЬ ЦВЕТ И УДЕРЖАТЬ ЕГО В ТИРАЖЕ (Ч. 2)
руководство Web Offset Champion Group



- 38 **ПОСЛЕПЕЧАТЬ**
ОШИБКИ В ФАЙЛЕ — ОШИБКИ В ФАЛЬЦОВКЕ *
Чтобы уберечь заказчиков от проблем с фальцовкой, научите их предоставлять верные файлы.
триш витковски

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (приложение)

- 40 **НОВОСТИ**
- 41 **ПЛАСТИНЫ**
НЕТИПИЧНЫЙ «КИТАЙ»
в. крысинский, м. котляров, зуо дан, вен хайфенг
- 43 **КРАСКИ**
АКТИВНО И АГРЕССИВНО
и. корлетт, в. ромейков
- 45 **БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ**



- 46 **НАПРИМЕР**
ОПЕРАТИВНЫЙ РЕББРЕНДИНГ
Опыт развития турецкой PrintCenter, специализирующейся на оперативной полиграфии, доказывает — правильная модель бизнеса позволяет уверенно смотреть в будущее даже при сокращении рекламного рынка.
игорь терентьев

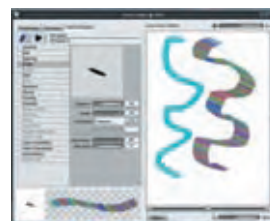


- 48 **РАБОЧИЙ ЦЕХ**
SMASHING PINEAPPLES...
Как дизайн, разработанный под полноцветную печать, был адаптирован для печати на алюминиевых банках.
модест осипов



- 50 **СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ**
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНАЯ СИЛА
Выбираем цветную цифровую печатную машину.
дмитрий старцев

обзоры



- 16 **COREL PAINTER 11**
инна романова

НОВОСТИ



- 7 **CANON МЕЧТЫ**
- 8 **«ЛОКОМОТИВ» — ПЕРВЫЙ**
- 12 **САМЫЙ БЫСТРЫЙ IGEN**

КОЛОНКИ

- 3 **ОТ РЕДАКТОРА**
- 32 **К БЕРЕЖЛИВОМУ ПРОИЗВОДСТВУ С ОЛЕГОМ ДАВИДОВИЧЕМ**
- 57 **КНИГИ**
- 58 **ПОРТФОЛИО**



- 60 **ШРИФТЫ**



- 64 **ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА**

содержание «жёлтых страниц»

| | |
|------------------------------|--------|
| типографии, репроцентры | 62 |
| расходные материалы | 62 |
| полиграфическое оборудование | 61, 62 |

Помеченные * статьи публикуются с разрешения Graphic Arts Monthly, Copyright © 2006-2009. Reed Business Information, отделения of Reed Elsevier Inc. Все права защищены. Воспроизведение или распространение этого материала любым способом, на любом языке, полностью или частично без предварительного письменного согласия Reed Business Information запрещено. Graphic Arts Monthly — зарегистрированная торговая марка Reed Elsevier Inc.



Игорь Терентьев

Выставочный плюрализм

Всё непросто нынче в печатной индустрии. Плохо с продажами. Брожения и плюрализм. И выставки — тому пример. Сентябрь. Работаем над путеводителем к «Полиграфинтер-2009». До начала — месяц. Не пишу, «никого не трогаем» — наоборот, всех беспокоим. Интересуемся у организаторов, как дела, какова статистика площадей и экспонентов. Оказывается, всё ещё находится в движении. Нет даже закрепления номеров стендов, только залы. Вопросов больше, чем ответов, но одно очевидно — падение индустрии привело к существенному сокращению размеров выставки.

Среди участников похожая ситуация. Во-первых, забудьте сложившиеся годами стереотипы о том, что и кого вы увидите. Многие известные компании (особенно поставщики расходников — бумаги и красок) решили вообще в ней не участвовать. И даже не боятся, что это повредит их бизнесу. Во-вторых, некоторые участники весьма нетривиально подошли к формированию экспозиции... Сами увидите.

По этому поводу — небольшое лирическое отступление. Совсем недавно за океаном закончилась ежегодная Print-09 — самая главная полиграфическая выставка для обеих Америк. И, по мнению некоторых отраслевых аналитиков, на этот раз не особенно удавшаяся. В первую голову — по количеству посетителей. Мол, где привычные очереди на такси в конце дня? Но главный сюрприз — стенд Kodak. Компания радикально подошла к вопросу, вообще не показав вживую никакого оборудования. Неслучайно главное слово в релизах Kodak о выставке — «showcases». Было шоу, были разнообразные демонстрации приложений. Например, в центре стенда на манер длинного стола располагался 8-метровый дисплей Pipeline of Innovations (Водопад инноваций), на котором непрерывно демонстрировались технологии и их применения. Интересно, что дисплей был ещё и интерактивным. Голливуд отдыхает!

На выставку привезли отпечатки с различных машин Kodak. Каждый снабдили RFID-меткой. Подносишь её к одному из специальных дисплеев, разбросанных по стенду, и получаешь видео, объясняющее все тонкости изготовления этого отпечатка.

В общем — зажгли. Но для некоторых посетителей подобный подход оказался шоком. Ведь выстав-

ка для печатной индустрии традиционно привлекала многих именно возможностью увидеть и потрогать не виртуальные, а реальные экспонаты. Конечно, остаётся другое: живое общение сразу со многими поставщиками и коллегами; презентации, семинары и круглые столы; продуктивные коммерческие переговоры в режиме «живой тендер» и т. д. Но если примеру Kodak последуют другие поставщики, не снизится ли интерес к выставкам? Причём эффект имеет обратную связь — участие в выставке экспонента оправданно, если расширяет круг реальных и потенциальных клиентов. Меньше клиентов — меньше отдача от вложений в выставку, больше «отказников»...

Но вернёмся к «Полиграфинтер». Интересно, что в России примеру Kodak последовал его ключевой партнёр. «НИССА Центр» не планирует показывать на своём стенде никакого оборудования. Каким интерактивом заменят «железо» у нас, покажет выставка. Возможно, это просто тактический ход?

Зато «Гейдельберг-СНГ» традиционно выступит ударно, представив оборудование для всех стадий технологического процесса. Во многом именно решительность этой компании, ещё в начале года твёрдо заявившей о своём участии, спасла выставку, целесообразность проведения которой в условиях резкого падения продаж многие вообще подвергали сомнению.

Надо отдать должное и организаторам, проявившим гибкость в напряжённых переговорах с поставщиками. Явный плюс для выставки — решение о сотрудничестве с On Demand. Желаям пополнить багаж практических знаний придётся по душе обширная программа образовательных семинаров. Кстати, именно в секторе цифровой печати нас ожидает больше всего премьер. Опасения, что новинок будет совсем мало, не оправдались. Уже рассказали нам о премьерах Canon, Epson, HP, Konica Minolta, Xerox...

Важный вопрос: насколько велик будет наплыв посетителей? Наш опрос на сайте показал, что три четверти респондентов собираются на выставку, причём половина из них — более чем на один день. Мы присоединяемся к мнению большинства и призываем к этому наших читателей. Кстати, вполне вероятно, что в этом году продавцы будут особенно сговорчивы... А обойти их всех будет намного легче. ■