

Инновации вознаграждают

Каков был бы этот мир без инновационных идей и конструкций?

Обладатели наград EDP 2010 *



ЛУЧШЕЕ УСТРОЙСТВО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ПЕЧАТИ ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАССА
ЛУЧШИЙ ШИРОКОФОРМАТНЫЙ RIP
ЛУЧШИЙ ШИРОКОФОРМАТНЫЙ ПРИНТЕР ДО 3,5 М

EPSON

ЛУЧШИЙ ЦВЕТОПРИБЫЛЬНЫЙ ПРИНТЕР



ЛУЧШЕЕ ПО «ВЕБ-ПЕЧАТНАЯ МАШИНА»



ЛУЧШИЙ ШИРОКОФОРМАТНЫЙ ПРИНТЕР ДО 1,6 М
ЛУЧШИЙ ЦВЕТНОЙ РУЛОННЫЙ ПРИНТЕР ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАССА



ЛУЧШИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ ЧЕРНИЛА



* Чтобы стать следующим обладателем награды EDP Award, отправьте свою заявку уже сейчас.

www.edpassociation.com



Логотипом EDP Association Award отмечены лучшие и наиболее инновационные цифровые решения года для полиграфии, отобранные независимой международной экспертной группой. Награда Европейской ассоциации изданий о цифровых технологиях в полиграфии означает, что решение стало лучшим в своей категории среди всех представленных в этом году разработок. Это значит, что принимать решение о покупке можно с уверенностью.

РЕКЛАМА

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

3

Обзоры

SEAL Graphics AquaSEAL 18XE

№ 3 [135] март 2011



Будущее на Hunkeler
Innovations Days
Как сделать журнал
для планшета?

Альтернативное растривание
в рулонном офсете (ч. 2)

FLAAR Report:
настоящая и мнимая
«зелёная» печать
в широком формате

Краски для офсетной
печати: итоги года
Высечка: использование
материалов (крой)

Тема номера:
Web-to-print





ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

17 Выставка рекламной индустрии

4-7 апреля 2011

Центральный Дом Художника

Москва, Крымский Вал, 10

DESIGN I REKLAMA

17 Exhibition of advertising industry

April 4-7, 2011

Central House of Artists

10, Krymsky Val, Moscow, Russia

EXPO-PARK

РЕКЛАМА

В рамках CONSUMER ELECTRONICS & PHOTO EXPO

ФОТОФОРУМ 2011

14-17 апреля • Москва, Крокус Экспо



ШАГНИ В МИР ФОТО

- МАСТЕР-КЛАССЫ
- ФОТОКОНКУРСЫ И ФОТОГАЛЕРЕИ
- НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ «ПРОДУКТ ГОДА»
- ФОТОСАЛОН «ЗВЕЗДЫ МИРОВОЙ ФОТОГРАФИИ»
- ШКОЛА ВЫХОДНОГО ДНЯ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ФОТОГРАФОВ **NEW**
- ИНТЕРАКТИВНОЕ ШОУ «ЗД-ДВИЖЕНИЕ» **NEW**

www.photoforum-expo.ru

www.cep-expo.ru

Организатор:
MIDexpo
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ

Генеральный партнёр:
РАТЭК

Генеральный
информационный партнёр:
foto
video

Официальное
мультимедийное агентство:
РИА НОВОСТИ

РЕКЛАМА

ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

AGFA	15
Epson	17
EDP	4 обл.
GMP Russcom	55
Mimaki Europe	11
Апостроф	13
АТ ДЕСАЙН	59
БВШД	19
Дизайн и Реклама-2011	2 обл.
Дина Софт	9
Европапир	Вклейка 32/33
ЛИР	53
ЛРТ	49
МАР ANTALIS, ООО «МАП Мерчант»	Вклейка 64/65
Мак Центр	5
Мэтр полиграфии-2011	29
Монди	63
Терем	7
Типография Парадиз	70
Томатдизайн	71
ФАСТ-XXI	52/54
Фотофорум-2011	3 обл.

НАШ ОПРОС

Что больше всего сдерживает внедрение web-to-print в отечественных типографиях?

Всего ответов: 45

Сложности с оплатой заказов	/ 4 (8.9%)
Слишком много требований к оформлению бухгалтерских документов	/ 2 (4.4%)
Дороговизна подобных решений	/ 7 (15.6%)
Неграмотность заказчиков	/ 13 (28.9%)
Сложность самих систем web-to-print	/ 5 (11.1%)
У нас ничего не сдерживает - мы уже внедрили	/ 1 (2.2%)
А что это такое?	/ 13 (28.9%)

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

3 [135] март 2011

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»	Британская высшая школа дизайна
Дизайн и верстка	Дмитрий Войтов
Литературный редактор	Сергей Чертков
Корректор	Наталья Данилова
Производственный отдел	Галина Блохина, bgv@osp.ru
Реклама	ООО «Рекламное агентство "Чемпионс"» Александра Козлова — директор 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»», 2011.

Все права защищены.

Учредитель и Издатель

ЗАО «Издательство «Открытые системы»».

Адрес: 123056 г. Москва, Электрический пер., д. 8, стр. 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
Ольга Аралова

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». Фотографии и изображения, источник которых не указан, созданы сотрудниками редакции Publish и опубликованы с разрешения авторов.

Адрес в WWW <http://www.publish.ru> Обновляется ежедневно

publish
№4

ТЕМА НОМЕРА:
ВЫБОР ЦПМ: КРИТЕРИИ ПРАКТИКОВ
РЕДАКЦИЯ FLEXOTESH «ЦИФРА» ВО ФЛЕКСОТИПОГРАФИЯХ
WEB OFFSET CHAMPION GROUP СКВОЗНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЦВЕТОМ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАСТРИРОВАНИЯ ДЛЯ РУЛОННОГО ОФСЕТА (Ч. 3)

РОБЕРТ ЛАРСОН СИСТЕМЫ ВЫСЕЧНЫХ ПРЕССОВ
НСЕНГА ТОМСОН ПОСЛЕПЕЧАТЬ ДЛЯ ПРЯМЫХ РАССЫЛОК
ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ ПРОГРЕСС В ЦИФРОВЫХ ДУПЛИКАТОРАХ
НИКОЛАС ХЕЛЬМУТ ВРЕМЯ ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ЭКОПЕЧАТИ (ОКОНЧАНИЕ)
А ТАКЖЕ НОВОСТИ, ВАШИ ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ И МНОГОЕ ДРУГОЕ

НОМЕР ВЫЙДЕТ В АПРЕЛЕ 2011 Г.



- 14 **ВЫСТАВКИ
ИННОВАЦИИ
В КЛУБНОМ ФОРМАТЕ**
Хотя формально выставка Hunkeler Innovation Days проходит под эгидой одного производителя, фактически она даёт широкий взгляд на настоящее и будущее цифровой печати прямых рассылок, транзакционных документов и транспромо, книг и газет.
олеся зайцева

- 24 **ТЕМА НОМЕРА
ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ ОТ А ДО Я ***
Уже на Print-09 было очевидным, что технологию «веб-печатная машина» (W2P) взяли на вооружение практически все поставщики. Не стал исключением и этот год.
дэвид парсонс

- 30 **ОПРОС НОМЕРА
ЧТО СДЕРЖИВАЕТ ВНЕДРЕНИЕ
WEB-TO-PRINT В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ
ТИПОГРАФИЯХ?**



- 31 **ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ
ПЕРИОДИКА НА ПЛАНШЕТАХ:
КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ**
Вы решили выпускать журнал или газету для планшетных компьютеров. Скорее всего, это будет цифровая версия уже существующего издания. А может, вы намерены пойти по стопам Мёрдока с Брэнсоном и создать собственное iPad-издание. Как бы то ни было, нужно решить технический вопрос: как это сделать?
александр шнайдер

Дизайн обложки: Оля Тимофеева

- 36 **ПЕЧАТЬ
СКВОЗНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ЦВЕТОМ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ РАСТРИРОВАНИЯ
В РУЛОННОМ ОФСЕТЕ (Ч. 2)
руководство web offset
champion group**

- 42 **ФОРУМ
СКАЗАНО — СДЕЛАНО!**
В 2010 г. Первый полиграфический комбинат (ППК) отпраздновал своё пятилетие. О настоящем и будущем предприятия мы беседовали с генеральным директором Дмитрием Дементьевым.

- 46 **НАПРИМЕР
ЦИФРОВЫЕ МГНОВЕНИЯ**
Каждый салон оперативной печати мечтает вырасти и стать типографией. Не каждая мечта сбывается. Но, кажется, для «ЦифраМиг» всё складывается хорошо.
дмитрий старцев



- 48 **ШИРОКОФОРМАТНАЯ
ПЕЧАТЬ С FLAAR REPORT
ВРЕМЯ ЗАРАБАТЫВАТЬ
НА ЭКОПЕЧАТИ ****
Главные составляющие экологически чистой печати — «зелёные» носители и чернила. На этом уже можно зарабатывать деньги, но здесь есть немало подводных камней.
николас хельмут, flaar report

- 52 **ПОСЛЕПЕЧАТЬ
КОЭФФИЦИЕНТ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
МАТЕРИАЛА *****
Коэффициент использования материала (попросту говоря, раскрой) подразумевает оптимизацию расположения деталей на листе, рулоне или куске материала для уменьшения отходов. Чем он больше, тем меньше отходы сырья при максимальном количестве высеченных деталей. На современном предприятии работу с конфигурациями раскрой берут на себя компьютерные программы.
роберт ларсон

- 56 **НАПРИМЕР
ШИРОКОФОРМАТНАЯ
«ЦИФРА» В ПОМОЩЬ
УПАКОВЩИКАМ**
Появление цифровых устройств печати в традиционных типографиях (офсетных и флексографских) — тенденция, за подтверждение которой практикой многие поставщики пускаются буквально во все тяжкие. Пока нечастые случаи такого рода активно пропагандируются и приукрашиваются.
игорь терентьев

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (приложение)

58 НОВОСТИ

- 60 **КРАСКИ
КРАСКИ ГОДА
ОБЗОР РЫНКА ОФСЕТНЫХ
КРАСОК В 2010 Г. ******
Пережив экономический шторм последних лет, производители красок по большей части смотрят на предстоящий год со сдержанным оптимизмом, омрачаемым всё теми же проблемами с сырьём.
**дэвид савастано,
редактор ink world magazine**

66 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

обзоры

- 20 **SEAL GRAPHICS
AQUASEAL 18XE
дмитрий старцев**

проверено временем

- 22 **ENDLICH, SCHWEIN GENABT!
(КАК УДАЧНО КУПИТЬ
МАШИНУ)
др. ирина нитусова**

новости

- 6 **XPRESS 9 БУДЕТ**
6 **СТР ЗА 10 000 ЕВРО**
13 **КУВШИНОВ ПЕРЕХОДИТ
В ROLEN**

КОЛОНКИ

- 3 **ОТ РЕДАКТОРА**
35 **МИССИЯ ВЫПОЛНИМА
С АЛЕКСЕЕМ ИВАНЕНКО**
45 **КНИГИ**
68 **ПОРТФОЛИО**
72 **PUBLISHOLITH**

* Журнал American Printer, декабрь 2010. Copyright © 2011 Penton Media, Inc. All rights reserved.

** Февраль, 2011. Специально для Publish. (c) FLAAR Report, 2011.

*** Статья публикуется с разрешения Whitmar Publications Ltd. ©, 2010 и Роберта Ларсона

**** Журнал Ink World Magazine, декабрь 2010 г. (c) Rodman Publications, 2010-2011.



Игорь Терентьев

Web-to-print как статистическая погрешность

Технология Web-to-print (W2P) в России — всё ещё «зверь редкий и невиданный». Достаточно посмотреть на результаты нашего опроса на сайте www.publish.ru (с. 1 этого номера). Почти треть ответивших выбрали опцию «А что это такое?»... И правда — а что это такое? И почему весь этот шум вокруг непонятого предмета? Опять же, дизайнера напрягли, уговорили придумывать и тщательно прорисовывать значки на обложке...

Мы под W2P понимаем прежде всего возможность автоматизированного, без участия менеджера типографии, приёма заказов на печать через интернет. Ключевое словосочетание здесь — «без участия менеджера». То есть совсем без человека обойтись не получится — кто-то же должен быть на стороне заказчика. Хотя идея размещения заказа роботом кажется очень привлекательной (роботы не ошибаются и не капризничают), до её реализации ещё слишком далеко. И это видится главной проблемой для другой трети наших респондентов.

Имя ей — неграмотный заказчик, который вечно что-то напутает. Попытается выдать за макет набранный и отформатированный десятью разными шрифтами в Word текст, разбавленный тщательно раскрашенными в роскошной гамме RGB диаграммами и любовно отобранными из интернета красивыми «фотками» с экраным разрешением. Но разве умело запрограммированная система W2P не должна решать проблему заказчика-непрофессионала, спросите вы?

И здесь мы подходим к третьему по популярности ответу в нашем опросе. Это дорого. Точнее — слишком дорого, чтобы можно было себе позволить. Цена вопроса — от десятков до сотен тысяч. И не рублей. Как заплатить столько денег за то, что нельзя потрогать? Не за сверкающую сталью печатную машину, не за другие столь милые сердцу полиграфиста «игрушки», а за софт... Сама по себе идея покупки ПО уже воспринимается спокойно, более того — считается многими дополнительной гарантией безопасности бизнеса. Но платить деньги, сравнимые со стоимостью серьёзного оборудования, — это многим кажется слишком радикальным.

Хорошо. Тогда вспомните, откуда берутся деньги у полиграфистов. Правильно — от продажи услуг печати. Без оборудования, конечно, ничего не напечатать. В идеальном мире печатные машины работают без остановок, в реальном их выработка зависит от загрузки. Тем, у кого она близка к 100%, задумываться о таких отвлечённых предметах, как W2P, необходимости нет. Только таких счастливиц на нашем рынке немного. Остальных вопрос «Где взять заказы?» посещает с завидным постоянством. Некоторые даже всё время об этом думают. Потому что аренда, лизинг, зарплата, налоги. Ну, вы в курсе дела...

Традиционные способы привлечения дополнительных заказов — заставить больше и лучше работать менеджеров отдела продаж, потратиться на их тренинги, нанять новых, вложиться в рекламу. И это снова деньги, которые придётся потратить. Причём далеко не всегда с ожидаемым результатом. Это же люди.

С этой точки зрения, внедрение W2P — совсем другая арифметика. Очень значительные первоначальные затраты с реальной перспективой роста количества заказов. Правильная система должна решать проблему неграмотных заказчиков — заложенные в неё шаблоны дуракоустойчивы и рассчитаны на максимальную простоту взаимодействия. Есть ещё одно преимущество — заказы постоянно мельчают, поэтому каждое движение менеджера со временем будет приносить всё меньше денег. Для робота W2P это не проблема — компьютеры справятся с ростом количества мелких заказов, а время обновления легко спрогнозировать.

Для России подобные рассказы всё ещё кажутся чем-то невероятным. Не случайно единственный ответ на наш опрос, в котором было сказано, что система W2P уже внедрена, укладывается в рамки статистической погрешности. Но, если это правда (на самом деле таких типографий у нас точно больше одной), отрыв показателей внедривших W2P типографий от работающих по старинке коллег со временем может показаться статистической ошибкой. Всем, кроме тех, кто вовремя успел и не прогадал... ■