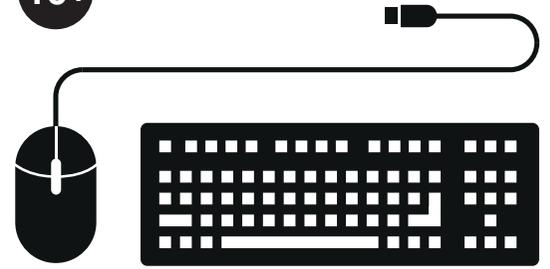


publish

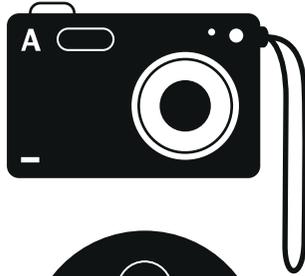
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

16+

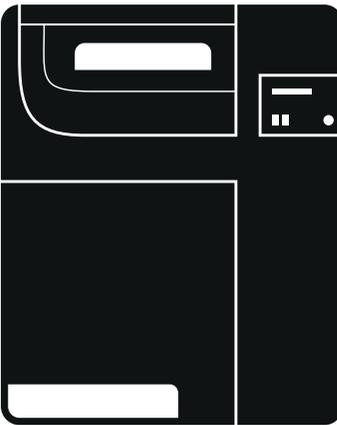
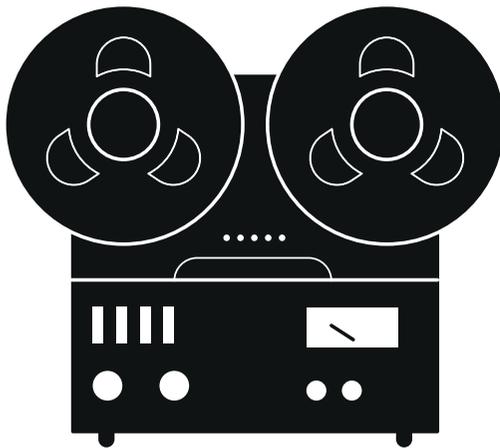
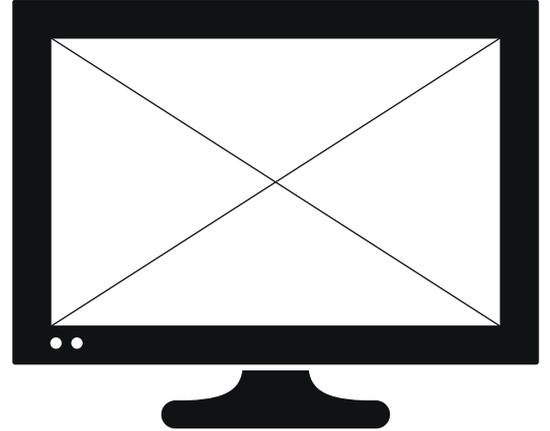


1/2

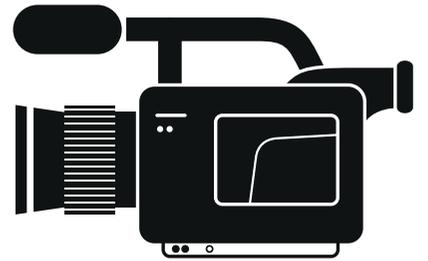
1/2 [154] январь-февраль 2013



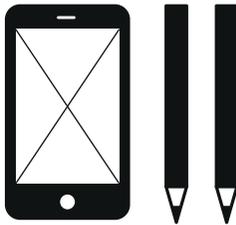
18 Обзоры: Epson SureColor SC-S70610



41 Детали: Xerox Nuvera 314EA



22 Российский рынок СТР для офсета в 2012 г.



34 Pantone — как много в этом слове...

36 Допечатные процессы: что было, что будет, чем сердце успокоится?

44 НР против пиратов

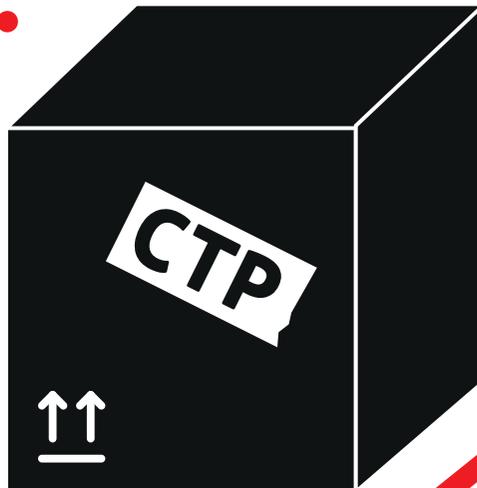
48 Идеальная послепечатка для рулонных типографий (ч. 6)

59 Краски за год: тенденции рынка

68 Рулонные и гибридные УФ-принтеры (справочник покупателя)

80 Надежды для «газетчиков»

СТР ДЛЯ ОФСЕТА



65 Детали: Kodak Sonora XP

ISSN 1560-5183



9 771560 518007

Уверенность



На прошлогодней торжественной церемонии Ассоциация вручила 18 наград. Полный список отмеченных ими решений на сайте www.edp-awards.org

Каждый год эксперты, представляющие ведущие европейские издания о цифровых печатных технологиях, собираются, чтобы рассмотреть и оценить технологические новинки – программные продукты, устройства печати, периферию, послепечатные решения и расходные материалы.

Лучшим номинантам в каждой категории присуждают награду EDP Award: для пользователей она означает уверенность в выборе, для производителей – подтверждение высокого качества их решений.

Ассоциация EDP приглашает всех производителей и их представителей к участию в конкурсе EDP Award-2012/2013. Узнать об условиях его проведения, подать заявку, ознакомиться со списками представленных решений и прошлогодних победителей можно здесь: www.edp-awards.org.



Европейскую ассоциацию изданий о цифровых печатных технологиях (European Digital Press Association) основали в 2006 г. семь специализированных европейских журналов, освещающих преимущественно цифровые решения. Сейчас Ассоциация объединяет 18 журналов, представляющих практически все страны Европы и более миллиона читателей.



AGFA	15, 32
EDP	2 обл.
Grafitec	37
Konica Minolta	17
NCL	63
Nissa centre	9
Xerox	13
Xingraphics	29
Апостроф	69
Дизайн и Реклама-2013	4 обл.
МакЦентр	25
Паритет	27
ППК	48/54
Продукт года	55
Росупак-2013	3 обл.
Терем	7
Терра Принт	11
ТД Папиллонс	71

Выходит ежемесячно

Руководитель проекта	Денис Самсонов denis@publish.ru
Главный редактор	Игорь Терентьев tim@publish.ru
Зам. главного редактора	Юрий Захаржевский yz@publish.ru
Редактор новостей	Олеся Зайцева pnews@publish.ru
Корреспондент	Татьяна Фархат
Дизайн и верстка	Дмитрий Войтов
Литературный редактор	Сергей Чертков
Корректор	Наталья Данилова
Производственный отдел	Галина Блохина, bgv@osp.ru
Реклама	ООО «Рекламное агентство "Чемпионс"» Александр Козлова — директор kozlova@osp.ru Екатерина Милешина mileschina@osp.ru ООО «ОСП-Курьер» (495) 725-4785

Распространение

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

Телефоны

редакции: (495) 725-4780
рекламы: (499) 253-9228, (495) 725-4780
отдела распространения: (495) 725-4785

Факс (495) 725-4783

© ЗАО «Издательство "Открытые системы"», 2012.

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. 40Б

Тираж 10 000 экземпляров.



ОТКРЫТЫЕ СИСТЕМЫ
Open Systems Publications

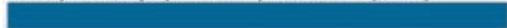
ЛЕГАЛЬНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
Para(-)Type
IN LEGAL USE



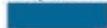
НАШ ОПРОС

В чём наибольшая польза от внедрения СТР в Вашей типографии?

Ускорение формных процессов (33%)



Перестали заказывать формы на стороне (7%)



Повышение качества печати (17%)



Сокращение расходов (7%)



Привлечение дополнительных клиентов (3%)



Никакой пользы, зря потратились (34%)



Проголосовало: 76

www.publish.ru

Президент
Генеральный директор
Коммерческий директор

Михаил Борисов
Галина Герасина
Татьяна Филина

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) 725-4780. 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
№ 3

ТЕМА НОМЕРА:
СЕКРЕТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

SGIA JOURNAL
СОВЕТЫ
«ШИРОКОФОРМАТЧИКАМ»
PRINTCITY
СТАНДАРТИЗАЦИЯ
МНОГОКРАСОЧНОЙ
ПЕЧАТИ (Ч. 3)

ЮРИЙ ЗАХАРЖЕВСКИЙ
ЧЕТЫРЁХКАРЕТОЧНЫЕ
УСТРОЙСТВА КБС
(СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ)
ИГОРЬ ТЕРЕНТЬЕВ
HUNKELER INNOVATIONDAYS:
ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ ЦИФРОВЫХ
ТИПОГРАФИЙ
ИРИНА ИЗОТОВА
НОВИНКИ И ТЕНДЕНЦИИ В
БУМАГЕ ДЛЯ ЛИСТОВОЙ
ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ
ADOBE MAGAZINE № 1

НОМЕР ВЫЙДЕТ В МАРТЕ 2013 Г.



65
80

22 **ТЕМА НОМЕРА**

СТР-2012: НАЗАД В БУДУЩЕЕ

Стремительный рост на российском рынке СТР, зафиксированный в 2011 г., не повторился — всё говорит о стабилизации продаж. Но это неплохо — стабильность лучше потрясений со знаком минус.

игорь терентьев

32 **ОПРОС НОМЕРА**

В ЧЁМ НАИБОЛЬШАЯ ПОЛЬЗА ОТ ВНЕДРЕНИЯ СТР В ВАШЕЙ ТИПОГРАФИИ?

34 **ФОРУМ**

PANTONE — КАК МНОГО В ЭТОМ СЛОВЕ...

В типографию приходит заказ, а верстальщик и технолог не могут понять, что за цвет имеет в виду дизайнер клиента. Хотя все, казалось бы, говорят о «пантонах»...

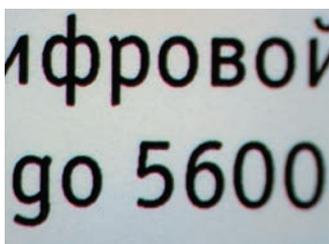
василий дождалёв

36 **ДОПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ**

ДОПЕЧАТЬ: ЧТО БЫЛО, ЧТО БУДЕТ, ЧЕМ СЕРДЦЕ УСПОКОИТСЯ?

Тенденции развития «настольного» допечатного ПО в 2012 г. и самые достоверные предсказания на будущее...

михаил борисов



42 **НАПРИМЕР**

ВЫРОСЛИ НА «ИНДИГО»

Считается, что «серьёзная» цифровая печать — в основном удел типографий в Москве и Санкт-Петербурге. Но на примере ставропольской компании видно, что стабильное развитие на базе цифровых печатных машин возможно и в регионах.

юрий захаржевский



44 **ФОРУМ**

КАК ИСПОРТИТЬ ЖИЗНЬ ПИРАТАМ

Антипиратский консорциум «Деловое сообщество за противодействие подделкам и пиратству» (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy, BASCAP) Международной торговой палаты оценивает ежегодные потери мировой экономики и социальное воздействие от подделок и пиратства на уровне 775 млрд долл., а в перспективе к 2015 г. эта цифра может увеличиться до 1,7 триллиона долл.

тина роуз

46 **НАПРИМЕР**

ШТРИХИ ВЗРОСЛЕНИЯ

Всего за год цифровая типография «Буки Веди» сделала огромный шаг вперёд. Но увлечённые процессом «родители» не всегда могут объективно оценить рост...

игорь терентьев



48 **ПОСЛЕПЕЧАТЬ**

ИДЕАЛЬНАЯ ПОСЛЕПЕЧАТЬ ДЛЯ РУЛОННЫХ ТИПОГРАФИЙ (Ч. 6)

Руководство для рулонных офсетных типографий.

web offset champion group



68 **СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ**

БЫСТРЫЕ И УНИВЕРСАЛЬНЫЕ: ОТ РУЛОНА ДО ГИБРИДА

Выбираем рулонный или гибридный широкоформатный УФ-принтер.

юрий захаржевский

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(приложение)

58 **НОВОСТИ**

59 **КРАСКИ**

КРАСКИ-2012: ИТОГИ ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ НА РЫНКЕ КРАСОК ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ *

Сообщая о росте продаж за 2012 г., производители красок, тем не менее, по-прежнему обеспокоены состоянием сегментов издательской и коммерческой печати, а также экономики в целом.

дэвид савастано

66 **БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ**

обзоры



18 **EPSON SURECOLOR SC-S70610**
юрий захаржевский

НОВОСТИ



7 **ДОГОВОРИЛИСЬ О RYOBI**

12 **ВСЕ В ЛЮЦЕРН!**

16 **СИТУАЦИЯ С IPEX-2014**

КОЛОНКИ

3 **ОТ РЕДАКТОРА**

41 **ДЕТАЛИ С ЮРИЕМ ЗАХАРЖЕВСКИМ**

56 **КАПЛЯ ЗА КАПЛЕЙ С СЕРГЕЕМ БЕЛОКУРОВЫМ**

65 **ДЕТАЛИ С МАКСИМОМ ДОБРОВЕНСКИМ**



76 **ПОРТФОЛИО**

80 **ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА**

Дизайн обложки: Андрей Жандаров



Игорь Терентьев

Непрофильный бизнес

Не от хорошей жизни мы уже который год занимаемся подробнейшим подсчётом и анализом российского рынка СТР. Не для профессиональной прессы это занятие — во всём мире подобными исследованиями занимаются государственные статистические органы, профессиональные ассоциации и независимые консалтинговые фирмы. А пресса лишь публикует интересные результаты. Но специфика российского полиграфического рынка такова, что с точки зрения государства его как бы нет — не существует отдельной полиграфической отрасли. Продукцию считают то вместе с бумажной, то смешивая с издательской, то сваливая в одну кучу с упаковкой.

Да, время от времени в государственной статистике появляются краскооттиски или экземпляры книг. Но, положа руку на сердце, много ли среди здравомыслящих людей тех, кто этой статистике доверяет, зная специфику её сбора? Ситуация с аналитикой по рынку, которая могла бы появляться из-под пера отраслевых ассоциаций, ещё печальнее. Самых и главных и таких нужных ассоциаций просто нет. Никак не объединены поставщики полиграфического оборудования. А на развитых рынках подобные объединения не только собирают жизненно важную статистику, но и, например, организуют крупнейшие выставки. Нет и ассоциации полиграфических предприятий. Среди их важнейших функций — формирование отраслевых стандартов, сбор статистики по выпуску продукции и других важнейших данных. Например, в Америке каждый год появляется исследование заработной платы в отрасли. Такие отчёты я считаю обязательным признаком цивилизованности рынка.

К сожалению, нашим полиграфическим рынком пока не особенно интересуются серьёзные консалтинговые фирмы. Может, он кажется им маленьким и неинтересным? Или просто не знают реальных масштабов? Периодически выпускаются отчёты по отдельным секторам, но содержащиеся в них данные вызывают сомнения — уж больно расходятся со сложившимися представлениями о рынке. Это не значит, что во всех подобных отчётах сплошная неправда. Проблема в другом — нет системности. Если консалтинговая компания в один год считала печатные машины, а в другой — выпуск картонных коро-

бок, то у неё просто нет исторической базы, позволяющей оценить точность исследований в контексте многолетних изменений и измерений. Увы, даже самый тщательный анализ таможенных данных не заменяет кропотливой работы с игроками рынка. Такова российская специфика.

Особенно сложная ситуация с таким динамичным сектором, как цифровая печать. Участникам рынка хотелось бы знать о нём как можно больше — от количества и качества поставляемого оборудования до максимально подробной структуры печатной продукции. Причём последнее гораздо интереснее и для поставщиков, и для владельцев/руководителей типографий. Казалось бы, довольно подробные данные о поставках цифровой печатной техники собирают такие уважаемые организации, как IDC. Это верно, но лишь отчасти. Главная сложность — как отделить офисное печатное оборудование от используемого в коммерческих целях. Та же IDC обычно классифицирует печатающие устройства на группы по цветности и производительности. Но для коммерческой полиграфии не менее важны рекомендуемая месячная нагрузка, поддерживаемые форматы и ассортимент запечатываемых материалов. В широкоформатной печати свои определяющие критерии, среди которых не последнюю роль играют тип чернил и формат.

Что касается цифровой печатной продукции, то появляющиеся там и сям аналитические данные совпадают... с точностью «плюс/минус километр». Понятно, что сам термин «цифровая печатная продукция» весьма расплывчатый. Но это не отменяет острого желания всех знать, что в этом секторе происходит и чего от него ждать в перспективе.

К чему это я? Подсчитывая вместе с поставщиками продажи СТР уже семь лет подряд, мы сумели добиться максимальной прозрачности этого сектора рынка. Но этого ещё так мало... Имея точные данные по структуре инсталлированной базы СТР, невозможно даже точно оценить масштабы и тенденции, казалось бы, смежного и зависимого сектора офсетных пластин. Но мы осознаём, насколько это важная и необходимая работа. И будем её продолжать. Хотелось бы только надеяться, что не мы одни. ■