

www.reklama-expo.ru



19-я международная
специализированная выставка

РЕКЛАМА

27-30
сентября 2011

Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»

Организаторы:



национальная
рекламная
ассоциация



РЕКЛАМА

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

7-8

7-8 [139] июль-август

publish 7 [139] июль-август 2011 ТЕМА НОМЕРА: ФОТОКНИГИ

В номере:

Драгоценные воспоминания
и послепечать для фотокниг

**Перспективы бизнеса
на фотокнигах**

FESPA Digital-2011:
новинки и тенденции

Альтернативные системы резки
CRON-универсал

Xingraphics приходит в Россию
Инновации в чернилах

для широкоформатной печати
Порядок с увлажнением

Обзоры

Epson Stylus Photo R3000



Тема номера:

ФОТОКНИГИ



2011

Specialty Printing & Imaging Technology

SGIA EXPO

New Orleans, LA • October 19-21, 2011

New Orleans

The North American Gateway
to the **Global Imaging Marketplace**

SGIA Communities

GRAPHIC AND SIGN

INDUSTRIAL USE

GARMENT DECORATORS

INSTALLERS

Platinum Sponsors

AGFA Agfa

durst

efi print to win.

FUJIFILM

hp

Sign up to be notified as soon
as registration opens!

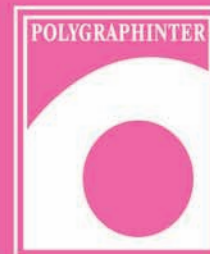
SGIA.org

Keyword: 2011Expo

SGIA

Specialty Graphic Imaging Association
703.385.1335 • SGIA.org

РЕКЛАМА



ПОЛИГРАФИНТЕР

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО
ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ,
МАТЕРИАЛОВ И УСЛУГ

23



Новые технологии
на главной полиграфической
выставке России!

Организаторы:

4-8 октября 2011

Под патронатом:

Правительства Москвы
Торгово-промышленной палаты РФ

При поддержке:

Московской торгово-промышленной палаты

www.polygraphinter.ru

www.mvk.ru

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Дирекция выставки: тел. (495) 935-8100, факс: (495) 935-8101
E-mail: konovalova@mvk.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «МВК»: МВК УРАЛ: +7 (343) 371-24-76, МВК ВОЛГА: +7 (843) 291-75-89

на правах рекламы

ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

AGFA.....	15
Atdesign	33
Consistent Software Distribution	23
Grafitec	11
HGS.....	21/35
Konica Minolta	9
LRT.....	55
SGIA-2011	2 обл.
Апостроф.....	45
Европапир	51
Кодак	57
Мак Центр	5
Паритет	13
Полиграфинтер-2011	3 обл.
Реклама-2011	4 обл.
Терем	7
Типография Парадиз	62
Типография СилкПринт	62
Томатдизайн	63
ФАСТ-XXI.....	43/45

НАШ ОПРОС

Что важнее всего для хорошего старта бизнеса на фотокнигах ?

Всего ответов: 39

Подбор печатного и послепечатного оборудования	/ 8 (20.5%)
Подбор программного обеспечения	/ 3 (7.7%)
Доступ к потребителю	/ 7 (17.9%)
Логистика	/ 12 (30.8%)
Организация продаж	/ 2 (5.1%)
Нет смысла стартовать - такой бизнес у нас бесперспективен	/ 7 (17.9%)

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

7-8 [139] июль-август 2011

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	Ольга Чурина
Редактор раздела «Типографика»	Владимир Ефимов
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. 40Б

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
№9

ТЕМА НОМЕРА:
ПЕРСПЕКТИВА
КЭТРИН О'БРАЙЕН
СТРУЙНЫЕ
ПЕРСПЕКТИВЫ
ШОН СМИТ
АВТОМАТИЗАЦИЯ ДЛЯ
ФЛЕКСОТИПОГРАФИИ
ЮРИЙ ЗАХАРЖЕВСКИЙ
СТР ДЛЯ ОФСЕТА
(СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ)

WEB OFFSET CHAMPION GROUP
СКВОЗНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ЦВЕТОМ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ РАСТРИРОВАНИЯ
для рулонного
ОФСЕТА (Ч. 4)
ADOBE MAGAZINE №3

А ТАКЖЕ НОВОСТИ,
ВАШИ ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ
И МНОГОЕ ДРУГОЕ

НОМЕР ВЫЙДЕТ В СЕНТЯБРЕ 2011 Г.



**18 ТЕМА НОМЕРА
ДРАГОЦЕННЫЕ
ВОСПОМИНАНИЯ ***

За каждым снимком — история.
дон пионтек



**19 ТЕМА НОМЕРА
БЕЗУПРЕЧНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ***

Книги, которые прослужат долго.
дон пионтек

**24 ОПРОС НОМЕРА
ЧТО ВАЖНЕЕ ВСЕГО
ДЛЯ ХОРОШЕГО СТАРТА
БИЗНЕСА НА ФОТОКНИГАХ?**



**28 ФОРУМ
В ПОИСКАХ СМЫСЛА G**

Размышления, навеянные европейской презентацией новейшей листовой офсетной машины Komori Lithrone G40.
игорь терентьев

**30 ВЫСТАВКИ
FESPA DIGITAL-2011:
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ПЕЧАТИ**

Выставка в Гамбурге показала: ограничений в возможностях цифровых технологий становится всё меньше.
игорь терентьев

**37 ФОРУМ
ЗА ДОЛЮ
ОТ 70 ТРИЛЛИОНОВ СТРАНИЦ**
Руководители Kodak — управляющий директор и вице-президент по региону EAMER (Европа, Африка и Средний Восток) Филип Каллимор (справа) и управляющий директор и вице-президент по региону GREE (Россия, страны СНГ и Восточная Европа) Фред Калантари — поделились с нами своим видением текущей ситуации и стратегией развития.



**40 НАПРИМЕР
БОЛЬШИЕ
ПЕРСПЕКТИВЫ**
Многолетний опыт работы помогает рекламной типографии найти сферы применения для самой передовой и крупноформатной цифровой техники.
юрий захаржевский

**43 ПОСЛЕПЕЧАТЬ
АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ
ВЫСЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ ****
роберт ларсон

**59 РАБОЧИЙ ЦЕХ
УВЛАЖНЯЮЩИЕ РАСТВОРЫ
В ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ:
ВАЖНЕЙШИЙ КРИТЕРИЙ —
ЧИСТОТА ******
Веками исключительное качество немецкого пива контролировалось особым Законом о чистоте. В офсетной индустрии не мешало бы ввести аналогичный «закон» для увлажняющих растворов, особенно в печати с пониженным содержанием спиртов и вообще без них..

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(приложение)

46 НОВОСТИ

**47 ФОРУМ
В ОЖИДАНИИ
XINGGRAPHICS**
Осенью 2011 г. на российском рынке формных пластин появится новый серьезный игрок, планирующий к концу 2012 г. отвоевать долю в 10% и вывести на рынок первую в мире «истинную беспроцессную» пластину. Во всяком случае, так обещает вице-президент Xingraphics Сафвен Хиязи.

**50 БУМАГА
КАРТОННЫЙ БАСТИОН
ПОЛИГРАФИИ**
Несмотря на широкое внедрение пластмасс, картон остаётся основным материалом как в упаковке, так и при изготовлении другой полиграфической продукции: открыток, папок, книжных обложек и т. д.
юрий захаржевский

**53 ЧЕРНИЛА
НОВЫЕ ЧЕРНИЛА –
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ******
В одной из предыдущих статей мы уже обсуждали по-настоящему экологичные чернила Seriax, а сейчас рассмотрим другие варианты. Почему чернила? Потому что именно они раскрывают потенциал печати. Второй по важности технологический аспект — печатающие головки, но ведь их делают под чернила, а не наоборот.
николас хельмут, flaar report

58 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

обзоры



**16 EPSON STYLUS
PHOTO R3000**
юрий захаржевский

НОВОСТИ

**5 ШИРОКИЙ ФОРМАТ
ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ**
**6 ОБЪЕКТИВНО
О КАЧЕСТВЕ**
**9 СПЕЦУСЛОВИЯ
В ЧЕСТЬ ЮБИЛЕЯ**

КОЛОНКИ

3 ОТ РЕДАКТОРА
**27 ДЕТАЛИ С ЮРИЕМ
ЗАХАРЖЕВСКИМ**
60 ПОРТФОЛИО
64 PUBLISHOLITH



Игорь Терентьев

Сделать так, чтобы доделывали

Есть такой анекдот. Может, он и с бородой (или баян, как нынче модно говорить). Не важно... Профессор принимает курсовые проекты. Открывает очередной, пролистывает до конца, тяжело вздыхает и говорит студенту назидательно: «Ну вот, опять недоделанный проект. Вы, главное, детей будете делать — доделывайте. А то недоделанные дети приносят недоделанные проекты... И никак не разорвать этот порочный круг!»

В принципе, это свойство человеческой натуры — бросать что-то на полпути и недоделывать. Кто из нас, положив руку на сердце, может сказать, что доделал всё, за что брался? Вот и отчёт о рынке фотокниг 2010 Photo Book Report, подготовленный авторитетной РМА, раскрывает интересные вещи (кстати, рекомендуя ознакомиться с полным отчётом, кто этого ещё не сделал, он легко гуглится). Есть там такая диаграмма:

Причины, по которым не завершалась подготовка фотокниг(и)



Источники: 2008—2010 PMA Camera/Camcorder, исследования в области захвата и вывода изображений

Полезно обратить на те пункты, повлиять на которые можете. В смысле — понизить проценты. Потому что все ответы в диаграмме говорят о тех заказах, которые вы не получили. Включая и те «жирные» 50 с лишком процентов группы «Собираюсь закончить позже». Думаете, они это сделали?

Мне представляется, что идеальный процесс заказа фотокниги должен быть таким же, как сканворд в глянцево-м журнале, — его должны уметь разгадать даже самые тупые читатели. Раз мы осваиваем массовый рынок, то и подходить к нему нужно с мерками массового рынка. С этих позиций можно повлиять даже на ответы из группы «Стало скучно». Придумали же маркетологи Samsung фотокамеры с двумя экранами. Снимаешь ребенка, а чтобы удержать его внимание, включаешь на передний экранчик мультимедиа. Кто мешает разработчикам софта для создания фотокниг сделать процесс более увлекательным, похожим на игру?

Мне представляется, что качество софта, его простота и доходчивость — самые важные составляющие в успехе бизнеса на фотокнигах. Глядя на образцы готовых изделий в пунктах приёма, понимаешь — раз «это» покупают, значит, для большинства людей качество печати вторично. Не нужно возводить его в культ. Я знаю компании, которые вообще не имеют собственных печатных и послепечатных мощностей. При этом им удаётся строить неплохой бизнес на фотокнигах.

Разумеется, из любых правил бывают исключения. Если ориентируетесь только на профессиональных фотографов, то и история совсем другая. Придётся побороться за идеальный цвет лица, света и тени...

Но секрет успеха на массовом рынке в том, чтобы заставить как можно больше людей доделывать. Вместе с вами... ■