

## Новая упаковочная линия в Образцовой типографии



Петербургская Образцовая типография представила своим заказчикам законченное полиграфическое решение - упаковочную линию в составе печатной машины KBA Rapida-106-7+L ALV2 CX SIS, высекального прессы BOBST EXPERTCUT 106-PER и нового цеха фальцевально-склеивающего оборудования.



Печатная машина Rapida-106 имеет формат листа - max 740x1060 мм, min 340x480 мм, максимальный формат печати 730x1050 мм. Максимальная скорость печати у серии 106 - 18 тыс. оттисков в час. Самонаклад и приемка подняты над полом соответственно на 130 и 120 см. Система подачи бумаги и выгрузки готовой продукции автоматизированы и обеспечивают работу стальной логистики в режиме non-stop. Приводка листа осуществляется по оптическим датчикам. Машина работает на материалах от плотности 60 г/кв.м до 1,2 см толщиной, то есть и на микрофо-рокартоне тоже.

Впервые в России на машине установлена система автоматизированного контроля печатной продукции DensiTronic PDF.



Сканер считывает информацию с пробного оттиска и сравнивает его с эталонным PDF-файлом утвержденного оригинала. Автоматика сама отслеживает слетевшие плашки и другие искажения элементов графики, с точностью до 0,1 мм.

Продолжение упаковочной линии - пресс для высечки BOBST EXPERTCUT 106-PER. Производитель вслед за КБА увеличил формат оборудование до 106 см, повысил производительность, поднял выше наклад и приемку, автоматизировал ступенчатую логистику, внедрил систему оптической приводки непосредственно по изображению (в том числе по изображению на обороте листа). В итоге печать и высечка вполне соответствуют друг другу.

Все опции новой линии оборудования нацелены на повышение оперативности, экономичности, качества и надежности.



Завершился день презентации катанием по рекам и каналам, в котором участвовали как менеджеры Образцовой типографии, так и гости. Вечером вновь пошел дождь, но это уже не могло помешать продолжению праздника.

## Петербургский полиграфический салон - 2010

Союз полиграфистов Санкт-Петербурга приглашает принять участие в Пятой специализированной выставке рекламно-полиграфических услуг Петербурга и Северо-Запада «Петербургский полиграфический салон - 2010».



С 28 по 30 сентября 2010 года в выставочном центре «Гарден Сити» (Лахтинский пр., 85, ст. м. «Старая Деревня», «Черная речка») пройдет 5-я специализированная выставка рекламно-полиграфических услуг Санкт-Петербурга и Северо-Запада «Петербургский полиграфический салон - 2010». Организатор выставки – Союз полиграфистов Санкт-Петербурга при поддержке Комитета по печати и взаимодействию со СМИ Правительства города.

Основные цели выставки – продвижение услуг полиграфических компаний; содействие развитию полиграфической промышленности региона и повышению эффективности деятельности полиграфических компаний; демонстрация новейших направлений и лучших образцов печатной продукции и спектра полиграфических услуг; расширение и развитие внутрикорпоративных связей сообщества и повышение квалификации работников отрасли.

Тематика выставки охватывает все грани полиграфических услуг: офсетная печать, цифровая печать, широкоформатная печать, плоттерная печать и резка, трафаретная печать, термолепка, ризография, ксерокопирование, дизайн. Смежные с полиграфией тематики: direct mail, рекламная полиграфия, специализированные периодические издания, бизнес-сувениры, бумага и бумажные изделия, полиграфическое оборудование, расходные материалы.

Будем рады видеть вас среди участников и посетителей САЛОНА в 2010 году! Подробная информация о выставке и «заявка на участие» на сайте [www.spspb.ru](http://www.spspb.ru).

Дирекция ПЕТЕРБУРГСКОГО ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО САЛОНА

## КБА об итогах полугодия и планах на будущее

На встрече акционеров Koenig&Bauer AG (КБА), недавно прошедшей в Вюрцбурге, президент и генеральный директор корпорации Хелен Хансен порадовал всех присутствующих приятной новостью – с марта текущего года спрос как на ролевые, так и на листовые машины концерна увеличился.

Согласно предварительным подсчетам, поступающие заказы за первые пять месяцев 2010 года в денежном эквиваленте составили 500 млн EURO, что практически на 23% больше, нежели в прошлом году.

Несмотря на не очень успешный прошедший год, КБА все же планирует увеличить продажи в 2010-м до 1,1 млрд EURO (для сравнения в 2009 году – 1,05 млрд EURO).

Также Хансен отметил участие КБА в двух выставках – Irex (Великобритания) и Beijing (Китай), – в рамках которых концерн заключил контракты преимущественно на продажу листовых машин. В целом в текущем году КБА продал 20 листовых машин крупных форматов для китайских производителей книг и упаковки. А ролевые машины от КБА «поехали» в Европу, на Ближний Восток, а также в Великобританию – на Туманном Альбионе КБА установил ролевую машину, состоящую из 22 башен!

Генеральный директор также опроверг слухи о продаже либо консолидации КБА и отметил индивидуальный курс развития концерна, который в частности заключается на покорении сегмента цифрового оборудования для производства упаковки. Хансен подчеркнул, что именно это направление в данный момент для КБА является наиболее привлекательным: «Заключив несколько многообещающих контрактов в этих двух областях и составив окончательный список проектов, сейчас мы находимся в поиске потенциальных покупок или союза в сегменте цифровой печати».

## Стань командором ОРДЕНА ДЕСЯТИ

В этом году компания «Берег» и концерн Fedrigoni, вместо традиционного конкурса «Поющая бумага», объявляют среди всех покупателей дизайнерских бумаг «Рыцарский турнир «Орден Десяти».

### СЛАВНЫЕ РЫЦАРИ И БЛАГОРОДНЫЕ ДАМЫ!

Мы рады сообщить вам о начале состязания «Орден десяти»! Турнир пройдет в четырех королевствах: Москва, Санкт-Петербург, Россия (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), страны СНГ. За каждую покупку дизайнерской бумаги Fedrigoni участникам состязания будут начисляться баллы. В каждом королевстве десять лучших покупателей будут торжественно посвящены в Кавалеры Ордена, а самый лучший из них станет Командором. Всех доблестных победителей ждет достойная награда.

#### Условия проведения Турнира:

1. Состязание проводится с 1 июня по 30 сентября 2010 года во всех филиалах компании «Берег».
2. К участию в турнире приглашаются все покупатели бумаги Fedrigoni на территории проведения состязания.
3. Все участники разделяются на 4 группы:
  - покупатели Московского филиала;
  - покупатели Санкт-Петербургского филиала;
  - покупатели других филиалов компании «Берег» в России;
  - покупатели филиалов компании «Берег» в странах СНГ
4. Счет клиента участвует в акции, если он выписан, отгружен и оплачен в период проведения турнира.
5. В каждой группе разыгрывается 1 главный приз и 9 поощрительных призов.
6. «Командором «Ордена Десяти» в каждой группе признается компания, которая в период проведения акции наберет наибольшее количество баллов, присуждение которых будет зависеть от объема и регулярности покупок.
7. В состязании не участвуют компании, работающие на дилерских условиях и условиях реализации товара.
8. Награждение победителей состоится в октябре 2010 года на территории соответствующих филиалов компании «Берег»:
  - филиал компании «Берег» в Москве;
  - филиал компании «Берег» в Санкт-Петербурге;
  - филиалы компании «Берег» на территории РФ, чьими клиентами являются победители;
  - филиалы компании «Берег» в странах СНГ, чьими клиентами являются победители.

Источник: spb.bereg.net

## «Берег Северо-Запад» укрепляет кадры регионов

Менеджер по продажам, технолог и бесценный капитан футбольной команды «Берег» Дмитрий Родионов перешел на новую должность в структуре компании – он возглавит Уфимский филиал.



Специалисты филиала «Берег Северо-Запад» Александр Фарафонов и Сергей Павлов уже больше года руководят Новосибирским и Екатеринбургским филиалами, и назначение Дмитрия еще раз подтверждает, что в питерской команде работают активные и целеустремленные люди, настоящие профессионалы своего дела. Коллеги желают своему другу новых успехов и побед!

## Срочная офсетная печать

Компания FastPrint анонсировала запуск новой услуги «Срочная печать» - качественной офсетной печати на любых видах доступных материалов тиражами от трехсот экземпляров, в срок от 6 до 24 часов (в зависимости от видов постпечатной обработки).

Задача - обеспечить заказчиков офсетным качеством в сроки, которые раньше были достижимы только при цифровом способе печати. Для реализации этого проекта установлена высокоскоростная печатная машина Heidelberg SM-52-4-L с максимальной степенью автоматизации. Также, в течении ближайших двух месяцев планируется ввести в эксплуатацию систему СТР, что позволит к 1 августа 2010 года запустить услугу «Срочная печать» в полном объеме.

Источник: «ФастПринт»

## Реклама в Китае

7-10 июля в Шанхае (Китай) состоится Шанхайская международная выставка рекламных технологий и оборудования.

Тематические разделы выставки: полиграфическое оборудование, принтеры, копировальная и факсимильная техника, сканеры, технологии цифровой и офсетной печати, выставочные стенды, полиграфическая продукция, дизайн и наружная реклама, расходные материалы. Адрес: Shanghai New International Expo Centre, 2345 LongYang Road., PuDong, New Area, Shanghai, China. Сайт: exhibition.appexpo.com

Источник: chinapro.ru

## Основы печати - бесплатно

Петербургское рекламное агентство «Фингер» проводит обучение по печатным процессам для всех желающих. В курсе обучения можно ознакомиться с различиями способов печати, особенностями подготовки к печати и постпечатной обработки.

РА «Фингер», открывшее производство цифровой печати, предлагает бесплатно ознакомиться с процессом цифровой печати. По словам директора типографии Валерия Андреевича Сорина «многие клиенты далеко не однозначно понимают процесс производства при использовании различных методов печати. Дело даже не в нарушении технических требований, а в том, чтобы получить предсказуемый результат. В связи с этим мы решили помочь и показать всем интересующимся, как лучше использовать все возможности типографии. Ведь дизайнер или менеджер по рекламе, который никогда не работал в полиграфии, просто не должен знать таких моментов! Мы заинтересованы в повышении знаний наших заказчиков, поэтому эти мероприятия будут проводиться на абсолютно бесплатной основе».

Источник: rafinger.ru

## Печатные СМИ не интересуют рекламодателей

Продажи рекламы в печатных СМИ упали. При этом наблюдается общее восстановление рынка благодаря теле-, радио- и наружной рекламе. Согласно данным исследовательских компаний объемы рекламы, размещаемой в печатных средствах массовой информации, сильно снизились.

В первом квартале 2010 года лидером среди рекламодателей в печати стали товары серии «Торговые организации/Бытовые услуги/Сервис», продемонстрировавшие повышение спроса на 22%.

При этом общий поток прочей печатной рекламы уменьшился. В частности, более чем в два раза упали объемы рекламных текстов из категории «Транспорт».

Немного меньше сокращена печатная реклама из категории «Косметика/Парфюмерия/Средства гигиены». В свою очередь, в телерекламе эта категория оказалась лидирующей: в 2010 году ее продано на 7% больше.

Другие категории, активно предлагавшиеся в этом году на суд телезрителей – «Продукты питания» и «Лекарственные препараты/Пищевые добавки».

Стремительно растет рынок рекламы на радио. Ведущие категории: «Бытовые услуги», «Продукты питания», «Лекарственные препараты».

В «наружке» фактически без изменений. В частности, в столице лидируют «Развлечения» (22219 выходов). На втором месте – «Торговые организации/Бытовые услуги/Сервис» (21890 выходов). На последнем месте в тройке сильнейших – «Реклама и маркетинг» (9230 выходов).

В целом, в исследовании отмечается положительная посткризисная динамика рынка рекламы.

Факт. Общее падение интереса рекламодателей не отразилось на доходах печатных СМИ по сравнению с 2009 годом, они по-прежнему составляют 5,9-6,4 миллиарда рублей.

## Гранд Звезда России 2010

В главном российском упаковочном конкурсе к наградам представлены 9 петербургских компаний.

В рамках выставки «Росупак-2010» состоялась церемония награждения победителей 5-го Всероссийского конкурса «Гранд Звезда России 2010», в которой приняла участие президент НКПАК Андрей Загорский, Председатель Совета директоров ЗАО «ГОТЭК» Владимир Чуйков, Председатель Подкомитета ТПП РФ по развитию индустрии тары и упаковки Александр Бойко и главный редактор журнала «Тара и упаковка» Игорь Смиранный. Всего на конкурс было подано 60 работ. Награды конкурса присуждены следующим питерским участникам:

### В номинации «УПАКОВКА ДЛЯ НАПИТКОВ»:

- ЗАО «АВАНТ» - Подарочная упаковка для коньяка «Старейшина»;
- ООО «АЛЯСКА-ПОЛИГРАФОФОРМЛЕНИЕ» - Самоклеющаяся этикетка для водки «Nord Standart»;
- ООО «АЛЯСКА-ПОЛИГРАФОФОРМЛЕНИЕ» - Самоклеющаяся этикетка для водки «Броня крепка»;

### В номинации «УПАКОВКА ДЛЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ»:

- ООО «Полиграфоформление Флексо» - Гибкая упаковка для пакетированного чая «Forest of Arden» из ламината лавсана и металлизированного биоориентированного полипропилена;
- ООО «Полиграфоформление Флексо» - Серия этикеток для конфет «Парижель» из материала «Композит-17»;
- ЗАО «Полипак» - Упаковочный материал для снековой продукции «Три корочки» с защитой от контрафакта;
- ЗАО «Смерфит Каппа Санкт-Петербург» - Гофрокороб «Rich Fruit Mix»;
- ЗАО «ХолоГрейт» - Гибкая упаковка для семечек «Ангарские», выполненная на металлизированном полипропилене с ламинацией прозрачным голографическим полипропиленом;
- ООО «Неопринт» - Буклетная промо-этикетка для кофе «Jardin»;
- ООО «Экотек-Плюс» - Серия картонных вкладышей на консервы;
- ООО «ММ Полиграфоформление Пэкэджинг» - Коробка для чая «Липтон».

### В номинации «УПАКОВКА ДЛЯ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА»:

- ЗАО «Смерфит Каппа Санкт-Петербург» - Потребительская упаковка для комнатной антенны Лагуна АРА-028С.

### В номинации «УПАКОВКА ПОДАРОЧНАЯ»:

- ЗАО «ГОТЭК – Принт» - Серия подарочной упаковки «Новогодний калейдоскоп».

## АМКОР открыл завод упаковки в Петербурге

Предприятие будет производить сигаретную упаковку для крупных международных табачных фабрик.

Предприятие было заложено еще в 2005 г., но тогда принадлежало конкуренту «Амкора» компании «Алкан». «Амкор» купил «Алкан» во время кризиса, в феврале 2010 г. произошло их окончательное объединение. К настоящему времени петербургский завод уже более двух лет проработал в тестовом режиме.

Свыше 40 млн евро было инвестировано в новое предприятие. Оно состоит из двух производственных линий, в год будет выпускать около 3 млрд этикеток. Генеральный директор «Амкор Тобако Пэкэджинг Санкт-Петербург» Борис Каплун сообщил, что максимальная производственная мощность завода достигает 6 млрд этикеток в год, но сейчас происходит сокращение табачного рынка, поэтому экстенсивное развитие не является стратегической целью компании. Зато, добавил Борис Каплун, табачные компании в новых условиях стараются как можно ярче выделить свою продукцию, усложняя дизайн упаковок. На развитие новых технологий и надеются в «Амкоре».

Сейчас заказчиками нового предприятия являются Philip Morris и Japan Tobacco International. В будущем в компании рассчитывают обслуживать British American Tobacco и Imperial Tobacco. Также на петербургское предприятие планируется перенести большие заказы с аналогичного завода «Амкора» в Великом Новгороде.

«Мы активно помогали строить это предприятие. Будем оказывать помощь и в текущей деятельности», — подчеркнул заместитель председателя КЭРППиТ Игорь Илюхин.

Концерн «Амкор» работает в 43 странах мира. Штаб-квартира находится в Австралии. Годовой оборот концерна — 14 млрд австралийских долларов. «Амкор» выпускает множество видов упаковочной продукции. Изготовление сигаретных пачек — лишь небольшое направление. Однако, как замечают в «Амкоре», производство табачной упаковки является наиболее прибыльным и динамично развивающимся бизнесом компании.

Источник: dp.ru

## Офисная печать превратится в рекламоноситель

Компания Hewlett-Packard в партнерстве с рекламной сетью Yahoo! Хочет предложить рынку новые принтеры, которые будут работать через интернет и самостоятельно печатывать на полях новости из Интернета и контекстную рекламу.

Веб-принтеры HP не нуждаются ни в драйверах, ни в непосредственном подключении к компьютеру. Достаточно присоединить такой принтер к Интернету - и пользователь получит возможность распечатывать контент путем отправки сообщения на адрес электронной почты принтера. Также появляется возможность автоматической доставки контента по заданному расписанию. Например, получать в нужное время распечатки свежих новостей.

Каждый принтер получит собственный IP-адрес, что позволит определять местонахождение принтера и на основе этой информации отбирать полезную для пользователя рекламу.

## FESPA 2010

С 22 по 26 июня 2010 года в Мюнхене (Германия) произойдет очередное значимое событие в области цифровой, трафаретной и текстильной печати - международная выставка FESPA 2010.

Свою историю выставка ведет с начала 60-х годов, когда была образована Всемирная Федерация Ассоциаций Трафаретной и Цифровой Печати (FESPA). Популярность данной выставки из года в год возрастает. О масштабе выставки в этом году говорит уже тот факт, что для демонстрации своей продукции зарегистрировались свыше 800 наиболее известных в полиграфическом мире компаний. Ожидается, что на выставку прибудет более 40 тысяч посетителей, представляющих 130 стран мира.

В ходе выставки будут представлены новейшие разработки в сфере нанесения изображений на все типы поверхностей. Ожидается демонстрация революционных решений в данной сфере, как в техническом, так и в технологическом плане.

Источник: компания «Итрако»

## Kodak будет печатать по экологическим стандартам

Kodak представляет новый логотип, который по замыслу компании должен отображать ее стремление снизить нагрузку на окружающую среду со стороны полиграфической промышленности.

Все рекламные и маркетинговые материалы компании Kodak теперь будут выходить с новым логотипом, так как в основном они связаны с уникальными программами компании по улучшению состояния окружающей среды. Программа для принтеров KODAK Enviro Services изготовлена по экологическим стандартам. Она включает переработку и повторное использование всех возможных элементов для эффективного управления воздействием на окружающую среду потребителями полиграфической промышленности.

«Мы осознаем, что потребители хотят быть в курсе «экологической политики» компании, знать, как компания выступает «хранителем» окружающей среды, и самое главное, как компания может помочь им быть защитниками окружающей среды», - говорит Чарльз Руффинг (Charles Ruffing), Директор отдела, отвечающего за здоровье, безопасность, окружающую среду и устойчивое развитие. - «Новый «экологический» логотип поможет нам улучшить диалог с нашими потребителями, понять, как мы можем работать вместе для достижения общих целей».

Логотип появится вместе со слоганом «Kodak заботится о вас», который несет в себе идею корпоративного устойчивого развития и экологических инициатив. «В то же время мы не будем размещать этот логотип везде», - говорит Руффинг. «Прежде всего, мы хотим, чтобы наши продукты были узнаваемы и получили признание таких программ, как ENERGY STAR. Для других программ мы будем применять другой дизайн».

## Путешествие из Петербурга в Подмоскowie

Петербургская компания «Бронко» продала флексомашину в Раменское.

В одной из типографий г. Раменское прошел запуск флексографической машины Flex 480 с 6-ю красочными секциями и комбинированными (ИК+УФ сушками). Машина имеет секционное вертикальное построение. Преимущества в такой схеме: простота конструкции, легкость дооснащения дополнительным оборудованием, удобство в обслуживании и небольшая занимаемая площадь. Компактная экономичная флексографическая машина предназначена для высококачественной полноцветной печати самоклеющихся этикеток, кашированной фольги, бумаги и других типов упаковки, УФ-лакировки и вырубки. В комплекте с Flex 480 запущена в работу продольно-раздаточная машина DK-550, распускающая отпечатанную продукцию на более узкие роли. Опыт работы этих машин в России показал надежность и стабильность их конструкции в условиях интенсивной эксплуатации.



Источник: компания «Бронко»

## Продаются «Детская литература» и «Домодедовская типография»

Федеральное агентство по управлению государственным имуществом намерено выставить на аукцион по приватизации четыре актива на общую сумму 913,057 млн руб. в том числе 100% акций издательства «Детская литература».

Открытые аукционы по продаже госпакетов акций состоятся 19 июля. Начальная цена акций - 131,418 млн руб. Выставляются также 100% акций (145,98 тыс.) ОАО «Книгоэкспорт», которое за-

нимается торговлей, предоставляет услуги по экспедированию и хранению книжной продукции. Начальная цена пакета - 246,347 млн руб. Также к приватизации будет предложено ОАО «Домодедовская типография».

Источник: ФАУГИ

## Гармошка OLAY завоевала серебро

Работа PVG Print получила приз ADCR Awards 2010 на московском конкурсе, организованном «Клубом арт-директоров».

В прошлом году PVG Print создала рекламную конструкцию для PA Saatchi & Saatchi Russia. Главная особенность гармошки «OLAY» заключается в ее исполнении: если смотреть на макет с одной стороны, то видна надпись «морщины», но стоит начать перемещение вдоль макета, как изображение меняется и слово «морщины» исчезает. Основным материалом для изготовления был выбран гофрокартон, который идеально справился с задумкой авторов - рассказать «о креме, который убирает морщины».

Креативная команда, состоящая из Александра Сиденко, Андрея Максименко и Виктора Тимофеева, воплотила этот шедевр рекламного произведения. Задача, поставленная агентством Saatchi & Saatchi Russia, была решена с помощью конструктива и прямой печати по картону.

Благодаря креативу Saatchi & Saatchi Russia и воплощению PVG Print, конструкция завоевала серебро в конкурсе ADCR Awards 2010. Полный список победителей смотри на <http://www.adcrussia.ru/awards/2010/>.

Источник: компания PVG

## Скандинавские клиенты неравнодушны к экологии

Обладание экологическим значком открывает больше возможностей на рынке, считает председатель правления эстонской типографии Eсorprint Юхан Пеэздимаа.

По словам Пеэздимаа, два месяца использования экологического значка Северных стран «Лебедь» на продукции типографии открыли для них новые возможности на скандинавском рынке.

«Данные, необходимые для подачи ходатайства о маркировке, мы собирали уже несколько лет в связи с составлением экологического отчета и замерами экологического следа. Поэтому для получения данных, запрашиваемых в анкете, нам не пришлось выполнять дополнительную работу», - рассказал Пеэздимаа.

Однако критерии, по его словам, были очень строгие и точные. Несмотря на использование предприятием экологичных материалов и технологий, им пришлось заменить прежние расходные материалы или ходатайствовать об их признании в системе.

Зато, по словам Пеэздимаа, наличие такой экологической маркировки клиенты ценят все больше, т.к. использование значка указывает на экологичность организации. Заказчики, для которых важна экологичность, предпочитают пользоваться такой продукцией.

Печатные агентства Северных стран делают запросы согласно критериям отбора своих клиентов, где для конечного клиента зачастую имеет значение экологическая маркировка.

«Мы уже производим для этих рынков первую печатную продукцию с экологической маркировкой Северных стран», - поделился радостью Пеэздимаа. - Возросшее число запросов указывает на то, что благодаря лицензии на значок с нами выходят на контакт чаще».

Чем больше организация, тем вероятнее, по оценке Пеэздимаа, применение какой-либо стандартизированной экологической системы управления.

«Как правило, в такие системы управления вписана необходимость предпочтения поставщиков, руководствующихся теми же стандартами», - сказал он.

По словам Пеэздимаа, сегодня экологичность означает прежде всего производство с малыми затратами электроэнергии и минимальными отходами.

Современная технология создает предпосылки и для использования более экологичных материалов. «Если говорить о печатной продукции, то цена качественного и экологичного продукта благодаря использованию экономичных и эффективных технологий остается прежней или даже ниже т.н. обычной печатной продукции. Таким образом, каждый благодарный клиент делает такой выбор», - сказал Пеэздимаа.

Хетлин Виллак

## easyFair Упаковка 2010

29-30 сентября 2010 г. в Петербурге будет проходить вторая международная выставка упаковки для всех отраслей промышленности.

Проект стартовал в России в 2009 году, и на сегодняшний день выставка уже приобрела своих постоянных участников. На выставке 2010 года будет представлено разнообразие готовой упаковки и тары; оборудование для упаковки, фасовки, укупорки, маркировки; оборудование для производства упаковки, этикеток, ярлыков; штрихкодирование и защитные технологии; основные и вспомогательные упаковочные материалы всех видов; полиграфическое оборудование; инновации в упаковочной промышленности; услуги по дизайну упаковки и этикеток. Выставки формата easyFairs давно известны в Европе, они пользуются большой популярностью у специалистов отрасли. Теперь у участников российского упаковочного рынка есть возможность участвовать в настоящей европейской выставке, не покидая пределы России.

Особенность выставки easyFairs® УПАКОВКА - непривычный для России формат проведения. Выставка проходит 2 дня и обеспечивает участников тем же количеством полезных контактов, которые они могут получить, участвуя в стандартных выставках в течение 4-5 дней. Организаторы делают основной упор на работу с посетителями: на стенд каждого участника приглашаются именно те специалисты, которые заинтересованы в его продукции. Всем участникам выставки предоставляются полностью оборудованные стандартные стенды с типовым наполнением. Таким образом, небольшие компании получают возможность участвовать в выставке на равных условиях с крупными компаниями.

Для потребителей упаковочной продукции посещение выставки easyFairs® УПАКОВКА - это общение с профессионалами рынка напрямую, без посредников. Этому будет способствовать проведение на выставке практических семинаров learnShops™, где можно задать вопросы производителям упаковки и экспертам НП «Национальная конфедерация упаковщиков», получить информацию об инновациях в отрасли. На семинарах learnShops™ каждый участник выставки может выступить перед потенциальными клиентами, рассказать о своей продукции, новых разработках и технологиях.

Источник: ИА «INFOLine» (www.ADVIS.ru).

## Neurofocus определит спрос на упаковку

Новые программы по нейромаркетингу позволяют на основе дизайна упаковки еще до производства продукта определить его потенциальные продажи.

Программное обеспечение N-Matrix 3D, разработанное компанией NeuroFocus, способно вычислить возможную реакцию целевой аудитории на запуск нового продукта.

Новейшие технологии нейромаркетинга позволяют «сканировать» мозг потенциального покупателя и на подсознательном уровне выяснять его потребительские предпочтения. Компьютер изучает способы получения мозгом человека информации о продукте, его дизайне, упаковке и ее последующего анализа.

По словам исполнительного директора NeuroFocus А. К. Прэдипа, N-Matrix 3D дает производителю то, что он всегда искал – безграничные возможности быстро и бесплатно изменить любой элемент еще не выпущенного продукта.

## КБА думает о цифровой печати упаковки

Всемирно известный производитель офсетных печатных машин Koenig&Baue AG наметил к своему намерению войти на рынок цифрового оборудования.

Вице-президент КБА Клаус Шмидт описал прошедшую выставку IPEX 2010 как «прорыв» для цифровой печати, но при этом добавил, что будущее все же принадлежит «коалиции офсетной и цифровой технологий». «Наш традиционный рынок офсетной печати уменьшится, но не настолько, как многие пророчат, – отметил вице-президент, – в свою очередь цифровой сегмент также не отличится огромным бумом».

Тем не менее Шмидт добавил, что недавно компания находилась в поиске партнера, специализирующегося на «цифре», чтобы разработать для цифрового сегмента особое инновационное решение. Новое оборудование не будет относиться к вполне запол-

ненным нишам техники для печати документов или рекламы. В КБА утверждают, что скорее всего печатная машина будет предназначена для сегмента упаковки – в этой области у концерна есть много технологических «ноу-хау».

## Кризис далеко не ушел

По-прежнему в минусе две отрасли, - констатировал руководитель департамента промышленной политики Евгений Пантелеев. - Это полиграфия - из-за резкого сокращения спроса и снижения госзаказа - и производство стройматериалов.

Столице пока что не удалось преодолеть последствия экономического кризиса. Об этом во вторник заявил мэр Москвы Юрий Лужков, резюмируя выступления коллег на заседании правительства. Чиновники изучили прогноз социально-экономического развития Москвы на 2011-2013 годы, который ляжет в основу бюджета 2011 года. Прогноз сдержанный, если не сказать пессимистичный.

- Предлагаемый прогноз ориентирован на переход от спада к оживлению экономики, - поначалу обрадовала слушателей глава департамента экономической политики Марина Оглоблина.

Откуда ждать оживления, понять сложно. Докризисные темпы роста экономики, по расчетам ведомства Оглоблиной, восстановятся лишь к 2013 году. А оценивая сегодняшнюю ситуацию, участники заседания словно вступили в соревнование - кто нарисует картинку пострашнее.

- По сравнению с аналогичным периодом 2009 года строительство упало на 9%, грузооборот на 11%, - перечислял глава бюджетно-финансовой комиссии Мосгордумы Игорь Антонов, - увольнений насчитывается на 6% больше, чем трудоустройств. Положительное сальдо миграции не изменило тенденцию к сокращению доли трудоспособного населения. Следовательно, расходы бюджета на субсидии и доплаты будут расти.

Беспокоила докладчиков ситуация в промышленном производстве.

- По-прежнему в минусе две отрасли, - констатировал руководитель департамента промышленной политики Евгений Пантелеев. - Это полиграфия - из-за резкого сокращения спроса и снижения госзаказа - и производство стройматериалов.

- Произошел тектонический сдвиг в структуре доходов бюджета, - добавил Антонов, - средства, собранные в виде налогов с физических лиц, превысили то, что получено в виде налога на прибыль, то есть с предприятий: 40% и 30% соответственно. Если и дальше так пойдет, неизбежна деградация реального сектора экономики.

## Сергей Зелинский о последствиях роста цен

«От роста цен на бумагу в первую очередь пострадают небольшие издательства, - так прокомментировал новость председатель правления ассоциации «Балтийская пресса», гендиректор «КП в Санкт-Петербурге» Сергей Зелинский.

«Насколько я знаю, сейчас в редакции СМИ приходят письма, в которых полиграфисты сообщают, что вынуждены поднять расценки за свои услуги, учитывая рост цен на сырье, — рассказал Сергей Зелинский. — Любопытно, что в качестве причин подорожания обозначен дефицит целлюлозы в связи с землетрясением в Чили». Отвечая на вопрос, каких СМИ повышение коснется в первую очередь, Зелинский отметил, что в первую очередь от изменений пострадают небольшие издательства. «Чем меньше у издания тираж, тем легче задавить», — резюмировал он.

Что касается «Комсомольской правды», то для нее услуги полиграфистов должны остаться на прежнем уровне, полагает Зелинский. «Это связано с тем, что мы привозим бумагу в типографии, в отличие от большинства издательских домов, которые печатаются на бумаге, закупаемой полиграфистами, — пояснил он. — Если говорить о росте цен на бумагу, то сейчас компания ведет переговоры с бумажными производителями по этому поводу». Причина подорожания в том, что производители пытаются вернуться к докризисному уровню цен. «В период экономического кризиса цены на бумагу падали, потому что издания активно закрывались, — отмечает он. — Те, кто выжил, получили некоторое снижение цен. Сейчас производители бумаги пытаются вернуться к прежним расценкам». Ассоциация «Балтийская пресса» в ближайшее время не планирует выступать с обращениями к полиграфистам, бумажным производителям и медиасообществу, но если ситуация сложится серьезная, то объединение может пойти на этот шаг.

Алиса Кустикова

## Китайские салфетки

**Число предприятий значительно выросло, но это никак не сопоставляется с потребностями печатного рынка.**

На прошедшей на днях конференции Гильдии издателей периодической печати представители всех звеньев издательского бизнеса — от производителей бумаги до медиахолдингов и сетей распространения прессы — пытались ответить на вопрос: что ожидает печатные издания в ближайшем будущем? И ответы едва ли можно назвать оптимистичными.

Кризис 2009 года, как уже неоднократно констатировали издатели, оказался едва ли не самым сложным периодом в жизни глобальной печати, и российской в частности. По данным, приведенным президентом ГИПП Александром Страховым, рекламные поступления в крупнейший ИД снизились в среднем на 15—22%, а в самых серьезно пострадавших от кризиса изданиях падение доходило и до 40%. При этом все ведущие газеты и журналы сохранили свой бизнес и не собираются уходить с рынка, а не может не радовать. В начале 2010 года рекламные доходы снова подросли на 10% по отношению к своему кризисному уровню. А измерения TNS показали, что аудитория печатных СМИ сохранила свою численность. Расходы на продвижение изданий в среднем по рынку тоже увеличились, на 20%.

Рекламные поступления в крупнейших ИД снизились в среднем на 15—22%, а в самых серьезно пострадавших от кризиса изданиях падение доходило и до 40%.

Издателям удалось добиться и некоторых поблажек на законодательном уровне. В мае с 15% до 5% были снижены пошлины на мелованную бумагу. Однако в целом сдержать дальнейший рост цен на бумагу вряд ли удастся.

В такой ситуации, когда, с одной стороны, давление оказывают производители бумаги, а с другой — читатели, которые не хотят платить больше, издателем печатной прессы можно было бы посочувствовать. Если бы не одно «но»: печать по-прежнему ставит себя на пьедестал, подчёркивая, что по глубине журналистских материалов и качеству анализа ей нет равных. И хотя Сеть больше не воспринимается как конкурент и противник «бумажного» процветания, она по-прежнему занимает лишь второе место в умах отечественных издателей.

## Рост цен на бумагу скажется на читателе

**Рост цен на все сорта журнальной и газетной бумаги — такие перемены ждут рынок в ближайшее время.**

В июне мировые бумажные производители объявили, что поднимут цены на свою продукцию на 6—9%. В связи с этим ряд представителей полиграфической отрасли уже заявили о том, что увеличат расценки на печать. О том, как изменения скажутся на петербургских СМИ, выяснял корреспондент Лениздат.Ру.

Рост цен на бумагу — процесс глобальный, убеждены эксперты. Виной тому и удорожание целлюлозы, связанное с дефицитом продукции на мировом рынке, и ее скупка китайскими производителями. Влияние на процесс оказала даже мартовская забастовка в Финляндии, на две недели остановившая доставку бумаги из Суоми. Если в прошлом году производители держали цены на уровне 2008 года, то в этом пошли на решительные меры. Под ними понимается повышение цен на 6—9%.

В целом в своих оценках последствий скачка цен на бумажную продукцию эксперты отрасли едины. "Подобный рост цен может привести только к дальнейшему снижению объемов рынка полиграфических услуг", — констатировал Сергей Радванецкий, президент Союза полиграфистов Петербурга, объединяющего около 30 компаний отрасли. На вопрос, коснется ли повышение конечного потребителя — читателя, эксперт ответил: "В конечном счете за все платит потребитель, это закон экономики".

Полиграфисты расходятся в оценках того, можно было ли прогнозировать подобный скачок цен. "Безусловно, нет, — отмечает генеральный директор типографского комплекса "Девиз" Андрей Шадрин. В то же время в Союзе полиграфистов Петербурга отметили, что изменение не было неожиданным, на него повлиял целый ряд объективных факторов. Как рассказал корреспонденту Лениздат.Ру глава объединения Сергей Радванецкий, причинами выступили стремительно снижающийся курс евро к доллару и острая нехватка чилийской целлюлозы, на которой преимущественно работают европейские производители бумаги и картона. Кроме того, считает он, на ситуацию повлияло "снижение общемирового потребления в связи с экономическим кризисом, от которого полиграфическая промышленность во всем мире пострадала достаточно серьезно".

Очевидно, что такие перемены не могут не сказаться на полиграфической отрасли. По мнению коммерческого директора Санкт-Петербургского газетного комплекса Полины Дружининой, первыми изменения почувствуют компании, которые работают с зарубежными производителями бумаги. Если говорить о СМИ, отметила она, то под эту категорию попадает журнальная продукция. Насколько повысятся затраты на ее издание? Как рассказал генеральный директор типографского комплекса "Девиз" Андрей Шадрин, компания будет вынуждена повысить расценки за счет сырьевой составляющей, но цены на полиграфию останутся прежними. По мнению эксперта, рост цен на импортную бумагу может коснуться и конечного потребителя — читателя СМИ, цены на печатную продукцию могут вырасти на 5—6%. Об аналогичном повышении говорят и другие полиграфисты. Но вряд ли, по мнению экспертов, рост цен приведет к переходу издателей на отечественную бумагу: аналогов импортного сырья в России просто нет.

Полиграфисты, работающие с отечественной бумагой, настроены более оптимистично. "Мы печатаем на российской газетной продукции, поэтому я не думаю, что перемены нас каким-либо образом коснутся", — отмечает Полина Дружинина. Правда, она подчеркнула, что с запуском новой печатной машины Orient Super Санкт-Петербургский газетный комплекс начнет печатать на импортной мелованной бумаге. Соответственно, и расценки на оказание услуг с использованием оборудования будут составляться согласно нынешним рыночным ценам на бумагу, добавила она. Стоит отметить, что на сегодняшний день в СПбГК печатается порядка 80 наименований СМИ, что составляет четверть газетного рынка северной столицы.

Сергей Радванецкий, напротив, убежден в том, что импортная продукция порождает в меньшей степени. Эксперт считает, что зарубежные производители постараются удержать цены, для того чтобы облегчить долю своих клиентов. "Уверен, европейский производитель продолжит борьбу за существенную часть российского полиграфического пирога и постарается компенсировать рост цен на бумагу снижением стоимости собственных услуг с целью сохранить российских заказчиков", — говорит он. Правда, активных действий иностранных производителей пока так и не предприняли.

По словам Сергея Радванецкого, у Союза полиграфистов Санкт-Петербурга была идея в связи с повышением цен выступить с совместным заявлением, чтобы разъяснить складывающуюся ситуацию для заказчиков. "Однако позднее мы посчитали, что повышение цен на мелованные сорта бумаги и картона европейскими производителями — серьезный информационный повод и многие СМИ и так уделяют этому повышенное внимание", — добавил он.

Алиса Кустикова

## Гуччи экономит на картоне и бумаге

**К концу 2010 года итальянский дом моды Gucci сократит потребление пластика на 35 тонн, бумаги — на 1400 тонн.**

К концу 2010 года итальянский дом моды Gucci сократит потребление пластика на 35 т, бумаги — на 1400 т, уменьшив количество производимых промо-материалов и каталогов, а также заменит картонную упаковку на сумки из других биоразлагаемых материалов. Как утверждают в компании, эти цели направлены на защиту окружающей среды.

Компания решила избавиться от не перерабатываемой пластиковой упаковки, которую зачастую используют в мире моды. Вместо нее одежда будет упаковываться в тонкую бумагу, а новые полиэфирные упаковочные ленты и сумки-чехлы будут производиться из хлопка. Также в Gucci говорят, что в данный момент находятся в поиске альтернативных биоразлагаемых материалов для своих сумок — вполне возможно, что это будет не только хлопок, но и бамбук, зерновые растения.

Нововведения будут внедрены уже в этом месяце во всех 284 магазинах Gucci по всему миру. А с конца 2010 года все поставщики расходных материалов для Gucci будут сертифицированы FSC. Стремление Gucci к экологичности отобразится и на размерах упаковки — к примеру, количество фланелевой ткани, используемой для упаковки одной пары обуви, сократится вдвое.

Фрида Джианни, креативный директор дома моды Gucci, утверждает, что их проект доказывает, что замена расходных материалов на более экологичные не влияет на креативность воплощения замысла, и считает, что население Земли, в том числе дом моды Gucci, в ответе перед будущим поколением за чистоту нашей Планеты. Осуществить «экологичный шаг» дом моды Gucci решил за год до своего 90-летия. И, как утверждают в компании, благодаря нововведениям дом моды сократит эмиссии CO<sub>2</sub> на 10 тыс. тонн.

## Они возвращаются

Еще до официального снижения ввозных пошлин (с 15 до 5%) на мелованную бумагу, многие российские издательские дома вернули производство журнальных проектов в РФ.

Кроме ранее упомянутых DTBlog журналов Bravo, Free Time, «Лучший интерьеры», ТВ-гид «7 Дней», из-за «бугра» (а точнее с украинских, финских, польских и пр. типографий) также на Родину возвратились «Cosmo Магия» (ИД «Индепендент Медиа»), «4x4 Полный привод» (ИГ «Жизнь»), «ТНТ-реалити» («7+7»), «Я покупаю» (ИД «Абак Пресс»), «100% Кухни и Ванны», «100% Офис» (ИД «Форвард Медиа Групп»), а также многие другие, как сообщает media-day.ru. В целом в текущем году готовая продукция была ввезена в Россию в объеме 30,5 тыс. т (-5%к тому же периоду 2009 года, когда в Россию было ввезено 32, 06 тыс. т готовых периодических изданий).

На конференции «Будущее печатных СМИ» (Россия), которую провела Гильдия издателей периодической печати, отметили, что в первом квартале 2010 года загрузка крупнейших журнальных типографий РФ выросла на 13% (с 45% в 2009 году до 58% в 2010). К тому же, на внутреннем рынке вырос спрос на мелованные бумаги: импорт мелованных бумаг в первом квартале текущего года составил 40 тыс. т (+45% к 27,6 тыс. т за такой же период 2009 года).

Ольга Широкова, исполнительный директор Содружества бумажных оптовиков, отметила, что снижение пошлин на ввоз мелованной бумаги приведет не только к возвращению в страну заказов из зарубежных типографий и росту производства, но и сделает российскую полиграфию более привлекательной для инвестиций. По мнению исполнительного директора, необходимо продолжить работу по дальнейшему снижению ввозных таможенных пошлин до 0%.

Впрочем, для сегмента производства газет специалисты прощают не столь радужное будущее. В частности Сергей Ерофеев, коммерческий директор ЗАО «Бумсервис», сообщил о грядущем двухэтапном повышении цен на газетную бумагу до 10%, которое повлияет на повышение стоимости производства печатных изданий. По мнению участников конференции, рост цен будет сдерживать развитие рынка.

## Балканский форум назначен на осень

**Балканский Форум Печати – инициатива Союза полиграфической промышленности Болгарии и фирмы Manroland AG – пройдет в пятый раз 14-15 октября.**

Членами Форума являются полиграфические союзы из 11 Балканских стран: Албания, Босния и Герцеговина, Болгария, Хорватия, Македония, Греция, Венгрия, Румыния, Сербия, Словения и Турция. Первый Форум состоялся дв 2006 году в Болгарии, второй – в 2007 году в Греции, третий – в 2008 году в Турции, четвертый – в 2009 году в Румынии. Встречи проводятся под патронажем фирмы manroland AG.

Основные цели Балканского Форума Печати: обмен актуальной технической и технологической информации, установление профессиональных контактов, взаимная поддержка при обучении кадров для полиграфической промышленности. Союз полиграфистов Санкт-Петербурга получил приглашение участвовать в форуме и приступил к формированию делегации питерских полиграфистов.

Источник: [www.balkanprintforum.org](http://www.balkanprintforum.org)

## МакЦентр поставляет СТР от AGFA

**При техническом содействии недавно открытого московского представительства AGFA, компания МакЦентр - дилер AGFA в России - смогла дополнить свой бизнес по поставкам полиграфических расходных материалов оборудованием СТР.**

МакЦентр с 1998 года является одним из ключевых дилеров компании AGFA. С мая 2010 компания поставляет на российский рынок новый инновационный продукт AGFA – синтетическую бумагу SYNAPS. Теперь, при поддержке московского представительства AGFA Graphics, начинаются продажи СТР оборудования, включающего линейку терминальных СТР Avalon N и экономичный фиолетовый СТР Avalon V4. Все аппараты могут комплектоваться для работы с новыми не требующими химической обработки пластинами Azura TS, Azura V.

Источник: [news.pechatnick.com](http://news.pechatnick.com)

## Привычка читать газеты сильнее роста цен

**Цены на бумагу, а соответственно, на газеты и журналы в ближайшее время могут значительно вырасти. Об этом заявил президент Гильдии издателей периодической печати (ГИПП) Александр Страхов на конференции в "РГ", посвященной ближайшему будущему печатных СМИ. Как это отразится на ценах изданий, сказать никто не может.**

«Для того чтобы стоимость свежей прессы оставалась на прежнем уровне, необходимо ввести льготную систему налогообложения и сохранить тарифы на подписку», - сразу заявил Страхов. С наступлением кризиса цены на подписку были заморожены, но в последнее время все чаще возникают разговоры о том, что пора бы ей и подорожать.

В целом, по словам эксперта, прошлый год был самым тяжелым для печатной индустрии. Рекламный рынок, за счет которого многие издания держались на плаву, сократился на 42 процента. Спрос на дорогие издания сильно упал, издатели вынуждены были сокращать количество страниц в газетах и журналах и повышать цены. "Добила" многие компании и отмена упрощенной системы налогообложения для дистрибуции - еще и поэтому цены на печатную продукцию в прошлом году так росли. Так, по данным Росстата, общероссийская ежедневная газета в розницу подорожала к февралю прошлого года на 21 процент, а к февралю этого года - еще на 13 процентов.

По мнению главы гильдии, рынку печатных изданий стало бы значительно легче после полной отмены пошлин на мелованную бумагу, благодаря которой в свет выходит самое большое количество самых высокотиражных и популярных в России журналов - телегидов и патворков, ежемесячных "отраслевых" изданий по искусству, науке, автомобилям, дизайну квартир и загородных домов, воспитанию детей. Напомним, таможенные пошлины на этот сорт бумаги снижены с 23 мая 2010 года на 9 процентов.

По мнению руководителя Московского полиграфического союза Андрея Сулейкова, этот шаг привел к тому, что уже с начала года десяток крупнейших издательских домов, в том числе и иностранных, выпускающих массовую периодику - от "7 Дней" до "Индепендент Медиа", начали переводить заказы из зарубежных типографий в Россию. Загрузка типографий, по его данным, увеличилась на 13 процентов, с 45 процентов в 2009 году до 58 процентов - в 2010 году. И главное в этом году - доказать правительству, что низкие пошлины все-таки действуют во благо отечественного рынка и их необходимо закрепить.

Между тем, прогнозируют эксперты, рост цен на мелованные бумаги в России даже с учетом снижения пошлин может составить по итогам трех кварталов до 10 процентов. И это еще не все. Пик спроса на мировых рынках впереди и связан с колоссальным ростом цен на сырье, целлюлозу. В основе такого спроса как объективные причины - землетрясение в Чили, основном поставщике сырья, рост цен на морские перевозки, - так и субъективные - непрогнозируемый экспертами гигантский бум потребления гигиенических бумаг в Китае.

Издатели, кстати, предложили поставщикам подумать, не синхронизировать ли им производство "жизненно важной" периодической печати в России на определенных сортах бумаги, чтобы тем самым сдержать цены. Наподобие, как это сделано в аптечных сетях, продающих жизненно важные лекарства? Однако у поставщиков идея энтузиазма не вызвала, поскольку производственные мощности "заточены" на определенные объемы поставок. Единственное, в чем уверили поставщики, дефицита в мелованной бумаге не будет.

Что касается газетных сортов, которыми обеспечивают внутренний рынок отечественные производители, то, как отметил Сергей Ерофеев, представитель одного из дилеров крупнейшего российского Кондопожского целлюлозно-бумажного комбината, рост цен на бумагу, в том числе газетную, составит не более 10 процентов. Главная составляющая в цене российской бумаги - дорожающие год от года энергоносители. Но в 2010 году, по словам Ерофеева, повышение цен связано не столько с энергоносителями, сколько с "посткризисным синдромом". Производители вынуждены компенсировать кризисные потери. Поэтому с учетом этого фактора с 1 июля бумага подорожает на 5 процентов.

Между тем в качестве антикризисной меры издательские дома выбрали частичный уход "в сеть и в цифру". "Издатели начали разрабатывать мобильные версии газет и активнее вкладывать средства в разработку и продвижение интернет-сайтов", - замечает Александр Страхов.

## Выставки художественной и гражданской печати

В «Манеже» состоялся салон печатной графики, а в выставочном зале РГИА выставка «300 лет гражданской азбуке».

В ЦВЗ «Манеж» прошла 4-я петербургская выставка печатной графики «Любитель эстампа». Были представлены все традиционные виды переноса художественного изображения – ксилография, офорт, шелкотрафарет, линогравюра и т.д. В том числе ветераны жанра и современность, цвет и монохром. Работали мастер-классы для взрослых и детей, желающих попробовать сделать что-то печатное своими руками. Трогательно, но очень архаично: попытки в доцифровую эпоху придумать аналоговые приспособы, чтобы имитировать оцифровку изображения и его полипиксельный перенос. Эмбриональная стадия цифровой печати. И как символ этого – огромный баннер с портретом Иоганна Гутенберга, на изготовление которого вручную с готовых шаблонов ушел весь первый день выставки. А по сути – чисто техническая задача, решаемая средствами компьютерной графики.

Начальная стадия промышленного переноса текстов представлена на выставке «300 лет гражданской азбуке», которая откроется 8 июня в выставочном зале Российского государственного исторического архива в Санкт-Петербурге, помимо главного и основного документа — Петровской «Азбуки» - будут представлены печатные издания, исполненные церковно-славянским и эльзевировским шрифтами, которые предшествовали появлению гражданской печати. Экспозиция включает в себя уникальные документы, отражающие историю развития книгопечатания и эволюцию гражданского шрифта. Среди документов выставки подлинные императорские указы, в том числе указ Екатерины I об учреждении в 1725 году Академии Наук, указ Екатерины II о «вольных типографиях» 1783 года, разрешающий открывать помимо государственных частных типографий со словолитнями. Документы из разных фондов архива свидетельствуют об учреждении известных типографий Г. Бергольда, О.И. Лемана, П.П. Бекетова, Н.С. Всеволожского, С.И. Селивановского.

В экспозиции также можно будет увидеть все допечатные средства закрепления информации - от гусяного пера до пишущей машинки. Историко-документальная выставка, организаторами которой являются Российский государственный исторический архив и Фонд имени Д.С. Лихачева, посвящена 300-летию юбилею «Азбуки гражданской со нравоучениями, правленной рукою Петра Великого» от «Лета Господня 1710 Генваря в 29 день». Введение гражданского шрифта стоит в ряду важнейших петровских преобразований, направленных на укрепление российской государственности, развитие экономики, науки, просвещения. Изобретение и употребление гражданской печати составило эпоху в русской письменности. Это не только одна из важнейших вех отечественной истории, но и истории развития культуры всех славянских народов. Гражданский шрифт благодаря легкому, изящному рисунку стал главным эстетическим элементом оформления книг первой четверти XVIII века и давал в наборе большую экономию времени, увеличивая производительность типографии.

Источник: pdspsb.ru

## В Москве ограбили директора

Трое неизвестных напали вечером на директора типографии АОЗТ «Русские» из подмосковного города Истра, избили и забрали документы и деньги.

Потерпевший припарковал свой «Ниссан-Навара» напротив дома №8 по Люсиновской улице и стоял рядом с машиной, ожидая неизвестно чего. И дождался: на него обрушился град ударов. Обездвижив свою жертву, трое преступников вытащили из салона автомобиля пакет с документами, 567 тысяч рублей и умчались с добычей на черном «бумере». В Москве был объявлен план «Перехват» и возбуждено уголовное дело по статье «Грабеж».

## Плоттер Seiko в Петербурге

Петербургская компания «062-Реклама» заключила сделку на 2 млн рублей: «Петербургская Лизинговая Компания» передала ей в финансовую аренду плоттер нового поколения для профессиональной печати Seiko ColorPainter.

Плоттеры этой линейки встречаются в наших краях нечасто, имеют до 8 красящих головок, что обеспечивает или высококачественную печать в 8 красок, и ли скоростную печать (до 100 м/час) в 4

краски. ООО «062-Реклама» основано в 1993 году. Направления деятельности - размещение наружной и интерьерной рекламы на водном и наземном транспорте. В состав холдинга 062 входят компания ProtoBox и производством широкоформатной полноцветной печати «Радужный поток».

Источник: All-Leasing.Ru

## Повышение цен на печать началось

Первый полиграфический комбинат объявил о повышении цен на рулонную и листовую печать, к которому привело подорожание бумаги. В зависимости от вида бумаги повышение составит 6-9%.

Как сообщил Media-Day.ru представитель Первого полиграфического комбината, последний раз компания повышала цены на полиграфию в 2008 году из-за роста стоимости услуг ЖКХ (газ, вода и т.д.). Тогда же подорожала и бумага. За год цена менялась три раза. Тогда рост цен был обусловлен с общим повышением затрат на расходные материалы и производство.

Сейчас ведущие мировые бумажные производители объявили о повышении цен на все сорта журнальной и газетной бумаги, ссылаясь на подорожание расходных материалов. В прошедшем году производители удерживали цены на уровне предыдущего года, несмотря на рост затрат и снижение прибыли. Однако существенное удорожание целлюлозы, связанное с ее дефицитом на мировом рынке, создало необходимость пересмотра цен на бумагу.

Повышение цен на рулонную и листовую печать в Первом полиграфическом комбинате коснется только «бумажной» составляющей себестоимости печати. Типография сохраняет цены на полиграфические услуги на уровне 2009 года.

Борис Каган, директор по производству медиахолдинга «Эксперт», считает, что повышение цены на бумагу может коснуться не только издателей, но и конечных потребителей печатной продукции - читателей.

Цены на журналы в минимаркетах «Хорошие Новости» останутся прежними, если не изменится отпускная цена продукции от издателей, сообщили Media-Day.ru в компании «ПрессХаус». Этот фактор, а также финансовая модель управления категориями товаров, в данном случае периодической печати, оказывают влияние на формирование цен в сети «Хорошие новости».

Источник: media-day.ru

## Кубок Берега 2010

22 мая на стадионе «Коломяги-спорт» прошёл традиционный, уже 12-й по счёту, «Кубок Берега» по футболу. В розыгрыше трофея, как и в 2009 году, приняло участие 6 команд: «Нисса Северо-Запад», «СПб Образцовая Типография», «Берег Северо-Запад», «Институт Печати», «НеоПринт», «Амос».

Формат турнира в точности повторил прошлогодний вариант, когда все участники играли друг с другом по круговой системе. В этом году погода порадовала футболистов и болельщиков летним теплом и отсутствием дождя. Игры получились гораздо более напряжёнными и, самое главное, результативными, чему в немалой степени способствовала замена игровых мячей с традиционной «пятерки» на мини-футбольную «четвёрку». В результате «НеоПринт» и «Берег Северо-Запад» набрали одинаковое количество очков - по 12. Но за счёт победы в личной встрече победа в турнире досталась «НеоПринту». Третье место занял прошлогодний победитель «Амос».

Лучшим игроком «Кубка Берега 2010» был признан Евгений Майоров («Амос»). Все команды получили в подарок от организатора турнира.

Источник: spb.bereg.net

