

# publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

3

3 [125] март 2010

и они

все-все-все

будут

прекрасны



Adobe Magazine #1: \*БУДУЩЕЕ Чудо-чернила для спецприложений EPSON Stylus Pro 3800

Как быстрее одобрить цвет и удерживать его в тираже

Будущее печати в мире многоканального маркетинга

Милые дамы,  
поздравляем вас  
с праздником весны!

*Радости, счастья,  
здоровья, любви!*



ООО "Европапир"  
129110, Москва, ул. Б. Переяславская, д. 46  
Тел.: (495)787-0150, факс: (495)787-0155  
<http://www.europapier.ru>



Загляните внутрь — возможно, вы выиграли пачку дизайнерской бумаги или конвертов Top Style!

Adobe .....	53
Consistent .....	19
EDP .....	4 обл.
GOODSTREAM .....	15
Heidelberg .....	11
LRT .....	7
MAP ANTALIS, ООО «МАП Мерчант» ...	Вклейка 32/33
Берег .....	Вклейка 48/49
Дизайн и Реклама 2010 .....	39
Европапир .....	2 обл.
Мак Центр .....	5
Мастер-класс 2010 .....	21
Монди .....	13
Регент .....	17
Рекламные технологии .....	43
Росупак 2010 .....	25
Сибреклама 2010 .....	45
Типография Парадиз .....	62
Фотофорум 2010 .....	3 обл.

## НАШ ОПРОС

Нужна ли автоматизация  
послепечати?

Всего ответов: 33

Мы уже автоматизировали все операции послепечати, где это имело смысл	/ 3 (9.1%)
Пока нет, но рано или поздно придется этим заняться	/ 6 (18.2%)
Нужна, но придется все оборудование поменять для этого	/ 9 (27.3%)
Автоматизация послепечати никогда не окупится	/ 4 (12.1%)
Вообще не понимаю смысл этого вопроса	/ 11 (33.3%)

www.publish.ru

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 вёрстка	Дмитрий Войтов
Литературный редактор	Сергей Чертков
Корректор	Наталья Данилова
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»», 2010.

Все-права защищены.

## Учредитель и Издатель

ЗАО «Издательство «Открытые системы»».

Адрес: 109072, Москва, ул. Серафимовича, д. 2, к. 3.

Издание зарегистрировано в Государственном комитете РФ по печати.

Дата регистрации 25.06.1998. Рег. № 015103.

Подписные индексы по каталогам:

— 64117 (дополнение к каталогу «Пресса России», с. 23)

— 40915 (каталог Агентства «Роспечать»)

— 99487 (каталог «Почта России»)

## Цена свободная.

Отпечатано в ООО «Богородский полиграфический комбинат»

142400, Московская обл., г. Ногинск,

ул. Индустриальная, д. 406

Тираж 10 000 экземпляров.



**ОТКРЫТЫЕ  
СИСТЕМЫ**  
Open Systems Publications

ЛЕГАЛЬНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ  
**Para(-)Type**  
IN LEGAL USE



Президент  
Генеральный директор  
Коммерческий директор  
Директор по маркетингу

Михаил Борисов  
Галина Герасина  
Татьяна Филина  
Елена Сыбачина

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

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

publish  
**№ 4**

**ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ  
ЦВЕТНЫЕ МФУ ФОРМАТА А3  
(СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ)**

**SGIA JOURNAL****ПЕРСПЕКТИВЫ****УФ-ОТВЕРЖДЕНИЯ****СВЕТОДИОДАМИ В ШИРОКО-  
ФОРМАТНОЙ ПЕЧАТИ****МАРИЯ КОРОБЦОВА****ИННОВАЦИИ В МАТЕРИАЛАХ  
ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ**

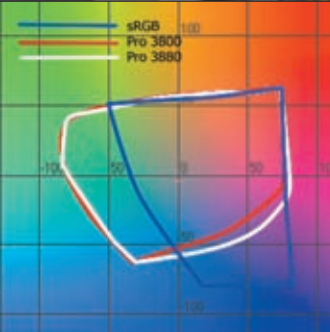
**ТЕМА НОМЕРА:  
СОВРЕМЕННЫЙ ОФСЕТ ДЛЯ  
УСПЕШНОГО БИЗНЕСА**

**GRAPHIC ARTS MONTHLY****УМНЫЕ МАШИНЫ****ПРИНОСЯТ ПРИБЫЛЬ****ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ****INFOPRINT РАСКРЫВАЕТ  
СЕКРЕТЫ**

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

**НОМЕР ВЫЙДЕТ В АПРЕЛЕ 2010 Г.**





# 10 ВЫСТАВКИ

## ИРЕХ И ОТРАСЛЕВЫЕ ВЫСТАВКИ В ВОПРОСАХ И ОТВЕТАХ



# 16 ТЕМА НОМЕРА

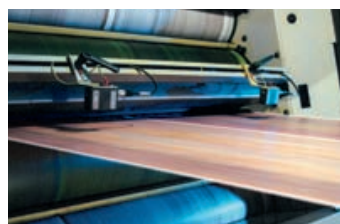
## «УМНАЯ» ПОСЛЕПЕЧАТЬ ДЛЯ ПРЯМОЙ РАССЫЛКИ \*

Технологии автоматизируют производство и усиливают эффект от комплексных целевых многоступенчатых программ по прямым почтовым рассылкам.

триш витковски

# 22 ОПРОС НОМЕРА

## ОПЫТ И ПЛАНЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПОСЛЕПЕЧАТНОГО ПРОЦЕССА



# 26 ПЕЧАТЬ

## КАК БЫСТРЕЕ ОДОБРИТЬ ЦВЕТ И УДЕРЖАТЬ ЕГО В ТИРАЖЕ (Ч. 6)

руководство web offset champion group

# 40 ФОРУМ

## РОЛЬ ПЕЧАТИ В МИРЕ МНОГОКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА \*

Обретение печатными носителями новой, вспомогательной роли по отношению к другим средствам информации открывает для типографий возможность помочь клиентам трансформировать бизнес.

хэл хиндерлитер

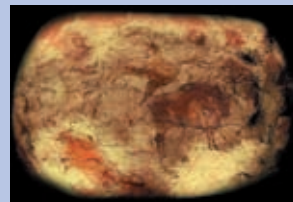
# 46 ФОРУМ

## НОВОЕ ПОМЕЩЕНИЕ — ЭТО ТОЛЬКО НАЧАЛО ЭРИХ ЗАН

# РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

(приложение)

# 32 НОВОСТИ



# 33 ЧЕРНИЛА

## НАРОЧНО ПРИДУМАННЫЕ

Специальные чернила для специальных задач.

дмитрий старцев

# 38 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ

# Adobe Magazine № 1 | 2010



# 50 НОВОСТИ, ОТ РЕДАКТОРА

# 52 ТЕМА НОМЕРА

## БУДЕТ ИНТЕРЕСНО И ПРАЗДНИЧНО!

ольга мананникова

# 55 СПЕЦИАЛЬНЫЙ ОБЗОР

## ADOBE PDF PRINT ENGINE — СЕЙЧАС ИЛИ В БУДУЩЕМ?

Новая технология существенно облегчает технологический процесс подготовки макетов к печати, но таит потенциальные проблемы для типографий, поэтому и нет пока массового перехода на APPE 2.

михаил борисов

# 57 РАБОЧИЙ ЦЕХ

## СТИЛЬ ВЫДЕРЖАННЫЙ, НОРДИЧЕСКИЙ...

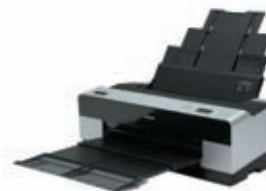
Nordic look — «северный взгляд» на цветные фотографии.

модест осипов

Помеченные \* статьи публикуются с разрешения Graphic Arts Monthly, Copyright © 2006-2010. Reed Business Information, отделения of Reed Elsevier Inc. Все права защищены. Воспроизведение или распространение этого материала любым способом, на любом языке, полностью или частично без предварительного письменного согласия Reed Business Information запрещено. Graphic Arts Monthly — зарегистрированная торговая марка Reed Elsevier Inc.

Вклейки между страницами 32 и 33, 48 и 49 публикуется на правах рекламы.

# обзоры



12 EPSON STYLUS PRO 3880

# НОВОСТИ



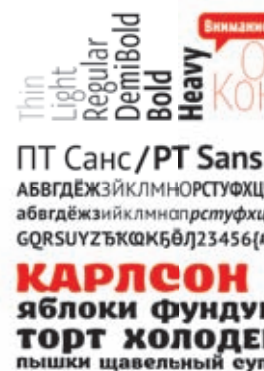
7 МФУ-УНИВЕРСАЛ

8 КОНЕЦ АЛЬЯНСА

9 ХЕИКОН ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ

# КОЛОНКИ

3 ОТ РЕДАКТОРА



59 НОВЫЕ ШРИФТЫ



60 ПОРТФОЛИО

64 ДЕТАЛИ С ДМИТРИЕМ СТАРЦЕВЫМ



Игорь Терентьев

# Письмецо в конверте

Когда узнал, что именно продано нами на вторую полосу обложки, понял: так просто это дело оставлять нельзя. Кто мы будем, если допустим, чтобы все эти тьмы чудесных конвертов ушли от нас к читателям сиротливо пустые? То есть, конечно, как завещал великий Винни Пух, пустой горшок не менее, а порой даже более ценный предмет, чем полный. Однако где же в этом интрига? Где вожделение и дрожащие от счастливого предвкушения руки читателя, нежно отделяющего конверт от журнала? Где оно, большое, сильное, неподдельное чувство? Не важно, глубокого разочарования от вскрытой прекрасной пустоты (уж простите, таков удел большинства) или нечаянной, но пронзительной и яркой радости — там ЧТО-ТО есть!

Да, верьте нам. Мы это сделали. Под покровом ночи прокрались к складу типографии и вложили таки в 200 конвертов самые настоящие выигрышные купоны... Ну, хорошо. Мы не крались. Но всё равно, делали это тайно, чтобы не видел никто из непосвящённых, — интрига и предвкушение важнее всего.

«А что там, в этих купонах?» — может, и не спросит, но обязательно подумает каждый из наших читателей. Те, кому повезло, узнают сами. А остальным придётся потерпеть до следующего номера. Мы обязательно поделимся всеми перипетиями этой затеи, спонсором которой стала компания «Европапир»...

Пока же вернёмся к номеру за январь-февраль. Честно говоря, он дался нам весьма непросто. Всё потому, что обложка была отпечатана комбинированным способом. Первым делом наша типография выдала офсетным способом на листовой машине лицо и оборот. Однако на лицевой стороне сюжет ограничивался только объектами в левых верхнем и нижнем углах 4-й

полосы обложки. Там располагалась реклама HP Indigo. Частично запечатанная обложка была погружена на машину и отправлена в Санкт-Петербург, в типографию X-print.ru. Дело в том, что в Москве и ближайших окрестностях пока не установлено ни одной HP Indigo 7000. Для демонстрации возможностей этой ЦПМ мы и рекламодатель особым образом подготовили макеты. Реклама была разбита на две части, все остальные объекты отпечатаны «цифрой». В них использовались и два стандартных для HP Indigo смесевых цвета — оранжевый и фиолетовый (особенно эффектно выглядит на обложке 100% фиолетовый). Тем же фиолетовым напечатан логотипом Publish на обложке. А справа внизу, под отогнутым уголком, мы разместили 5 диаграмм из статьи, опубликованной в теме номера. Поэтому и версий обложки было пять. Процесс печати 10 000 обложек занял один день, после чего они были отправлены назад в Москву, где лицевая сторона была покрыта лаком на водной основе. Думаю, после этого рассказа многие читатели достанут номер с полки и ещё раз внимательно изучат. Оно того стоит.

Уже не первый наш опыт показал, что никакой существенной разницы в качестве печати между офсетом и «цифрой» от HP Indigo нет, а львиная доля времени и затрат пришлась на... логистику. Ещё мы узнали, что владельцы таких ЦПМ более привередливы к качеству бумаги и, особенно, её резке. В сложных случаях (к счастью, не у нас) бумагу требуется покрывать специальным праймером. А не очень аккуратно порезанные стопы могут существенно осложнить печать. Кроме того, при комбинированной печати после офсета нужно обязательно снимать противоотмарывающий порошок.

Но вернёмся к свежему номеру. Его тема имеет самую прямую связь с рекламной акцией. Наши игры с конвертами — это цветочки по сравнению с тем, что приходится придумывать специализированным фирмам, занимающимся прямой рассылкой. Особенно сложно на этапе послепечатной обработки. Если отправление нестандартное, нужно придумать решение для его изготовления в автоматическом режиме. Время, отпущенное на реализацию подобных проектов, не позволяет полагаться на ручной труд. Во всяком случае, в компаниях, о которых написано в теме номера. Однако, сумев единожды воплотить всю технологическую цепочку, они уверенно смотрят в будущее — найти другого исполнителя клиенту почти невозможно. Такие вот интересные истории о, казалось бы, простом предмете — письмеце в конверте. С вами случилось и похлеще? Пишите письма: [publish@publish.ru](mailto:publish@publish.ru).

И читайте ЖЖ: <http://colonel07.livejournal.com/>. ■

