



Серия DI-машин от Presstek (A3+ и B3) ориентирована на вполне определённые сегменты, продиктованные форматом: маркетинговые материалы, папки, календари, конверты, рекламные брошюры, поздравительные и почтовые открытки, визитные карточки, буклеты и флаеры

(Наши

На российском полиграфическом рынке инсталляция DI-машин — явление редкое. Подавляющее большинство офсетных типографий оснащено традиционными машинами. Даже несколько лет назад было понятно, что основной технологией в области современной допечатной подготовки становится вывод СТР-форм, а DI-технология серьёзной конкуренции СТР-выводу не составляет. Поэтому 3 года назад мы предложили новую услугу — вывод СТР-форм для типографий. Это был рискованный шаг, так как до нас никто не предлагал коммерческий вывод СТР-форм, и мы не знали, насколько услуга будет востребована. Новую технологию успешно отработали совместно с типографией ИТАР-ТАСС. Но мы ставили задачу привлечь сторонние типографии, это был самый сложный этап. Первого клиента пришлось долго убеждать в преимуществах и экономической выгоде СТР-вывода. Далее многие клиенты стали интересоваться услугой. После нескольких пробных заказов преимущества СТР-вывода стали очевидны. Сейчас у нас заказывают цифровые формы более 20-ти типографий. Перед выводом пластин мы даём возможность клиентам убедиться в правильности спуска, предоставляя экранные или спусковые пробы. Для надёжности оперативного вывода СТР-форм в этом году установили вторую, более производительную систему Computer-to-Plate. Опыт показывает, что услуга по СТР-выводу становится всё более востребованной среди типографий. В отличие от DI-технологий, СТР намного экономичнее и универсальнее, так как предоставляет широкий выбор форматов пластин для печатных машин. — **Ольга Балан**, генеральный директор препресс-бюро «**Выражайтесь печатно**»

Автор статьи уже сделала выводы, и с ними не поспоришь: «Выбор между DI и СТР определяется исключительно потребностями заказчиков типографии, а аргументов немало в пользу обеих технологий. Предпочтения зависят от конкретного рынка, но диктуются, прежде всего, требованиями бизнеса». В чём же особенности российского рынка и чем определяются требования нашего бизнеса? Первое, что приходит в голову, это «очень умные клиенты» и «дороги». Если с первыми все ясно — они не переведутся на земле (им нужно было позавчера, но что точно — не знают), и если в губернских городах они уже готовы идти на расходы, то в провинции очень..., по предьявлению счёта. Второй вопрос сложнее. Это и стоимость аренды производственных площадей, особенно в центре губернских городов, где DI-технология представляется перспективной. И рост стоимости квалифицированной рабочей силы. И тенденция выносить производство за город (DI может быть представлен как офисный принтер). И отсутствие стоков, за что СЭС не погладит по головке, если не дремлет (а если дремлет?). Но если спросите: «Хочу ли я иметь DI?», ответ будет: «Да!» — **Игорь Сидоров**, технический специалист «**Легион Групп**»

по информации компании, постоянно растёт. Рассказывает менеджер по маркетингу направления экспонируемых в видимом свете пластин Тони Кинг: «СТР-системы, особенно термальные и фиолетовые, находят всё больше поклонников. Налицо тяготение к свободным от химии решениям со сниженными требованиями к диа-

пазону мощности экспонирования, простыми в работе и обслуживании. Agfa никогда не занималась DI-направлением, но экспонирование в печатной машине по привлекательности не сравнится с СТР. Полиграфисты предпочитают на машине лишь печатать, а формы выводят на автономном специализированном устройстве».



Компания исключительно с СТР-интересами Luescher, разработавшая термальные и традиционные системы УФ-экспонирования Xpose, одна из немногих, кто предоставляет точную информацию по инсталляционной базе: 700 плейтсеттеров в Европе, 65 в Азии, 117 в Северной и Южной Америке, 50 в других странах. При парке из 900 машин у Luescher примерно 5% мирового рынка СТР-систем. Она лишь немногим уступает ECRM, которая установила больше систем, но на рынке дольше.

Прибыль — в потребностях клиента

Выбор между DI и СТР определяется исключительно потребностями заказчиков типографии, а аргументов немало в пользу обеих технологий. Предпочтения зависят от конкретного рынка, но диктуются прежде всего требованиями бизнеса. □

Об авторе: **Лорель Бруннер** начинала карьеру в 1978 г. в должности бухгалтера типографии. Работала в сфере допечатных и издательских технологий, сейчас управляющий директор международной консалтинговой группы Digital Dots (www.digitaldots.org), выпускающей Spindrift — независимый, распространяющийся по подписке журнал о графическом дизайне, печати и издательских технологиях. Консультант и член редакций многих отраслевых изданий и ассоциаций, регулярно публикуется в газетах и журналах по всему миру, выступает на специализированных конференциях в Европе, США и Азии.