



Журналу «Стены и Фасады» исполнилось 10 лет!



Итак, прошло уже 10 лет с тех пор, как летом 1998 года вышел из печати первый номер нового информационного бюллетеня «Стены и Перегородки». Таково было первоначальное название издания, которое теперь знают как журнал «Стены и Фасады».

Тоненький, черно-белый, напечатанный крупным шрифтом он, скажем прямо, смотрелся не слишком презентабельно. Однако новое издание оказалось востребованным, заполняя информационный вакуум в сфере современных строительных материалов и технологий, способствуя продвижению новой высокотехнологичной продукции и развитию отечественного строительного рынка.

В том же 1998 г. вышел первый номер информационного бюллетеня «Кровля» (впоследствии — журнал «Кровля и Изоляция»). Вместе с издававшимся с весны 1997 г. информационным бюллетенем (впоследствии — журналом) «Окна и Двери» новые издания позволили приступить к созданию единого информационного пространства для специалистов, занятых в области проектирования, производства, монтажа и эксплуатации ограждающих конструкций зданий и сооружений.

Ситуация в стройиндустрии тогда складывалась непростая, как, впрочем, и во всей стране: старая, плано-распределительная, система хозяйствования развалилась, новая,

рыночная, еще только создавалась, преодолевая огромные трудности. Закономерным итогом стал августовский дефолт.

Тем не менее, новое издание выстояло. С 1999 г. оно стало выходить под новым названием «Стены и Фасады», которое журнал носит и по сей день.

Бюллетень (впоследствии — журнал) «Стены и Фасады» изначально позиционировался как информационно-аналитическое издание, рассчитанное на специалистов. В отличие от подавляющего большинства других изданий на «строительную» тематику, в изобилии появившихся в последние годы, рекламе в нем отводилась важная, но все же вспомогательная роль. При этом акцент делался на ее информационной составляющей, что привело к концепции информационно-рекламных статей и созданию унифицированных таблиц стоимостных и технических характеристик конкретных видов продукции.

Впоследствии опыт разработки унифицированных таблиц оказался весьма полезным при создании каталогов-справочников, таких, например, как «Теплоизоляционные материалы и изделия», «Системные профили для окон, дверей и фасадных конструкций». А информационно-рекламные статьи с подробным описанием характеристик и возможностей новой продукции ведущих отечественных и зарубежных фирм (естественно, с намного более совершенным уровнем подачи материалов) по-прежнему являются неотъемлемой составной частью каждого номера журнала «Стены и Фасады». Причем лучшие из них по праву могут считаться «Золотым фондом» нашего издания.

Главный принцип, заложенный в основу всех наших изданий, — каждый журнал должен быть интересным для читателей. Простой набор цветных рекламных картинок вряд ли может кого-то всерьез заинтересовать, а тем более — принести практическую пользу. Только сочетание объективной информации с квалифицированной

аналитикой, требующее соответствующей глубины проработки рассматриваемых вопросов, может сделать печатное издание читаемым, а значит, успешным. И, конечно, — актуальность тематики, новизна и степень подготовки публикуемых материалов.

Поэтому реализуемая журналом концепция информационно-рекламных статей подразумевает, что каждая такая статья должна быть эксклюзивной. Ее создание — своего рода совместное творчество. А оно невозможно без доверительных, истинно партнерских отношений, без тесного взаимодействия специалистов. Именно такие отношения журнал последовательно выстраивает как с рекламодателями, так и (в первую очередь) со своими подписчиками, без поддержки которых был бы невозможен и наш успех.

Поэтому такое внимание журнал уделяет реформе технического регулирования, актуальность которой теперь никто публично не подвергает сомнению. На ее жизненную необходимость для экономики страны указывают и президент, и премьер-министр (причем не только указывают). Приняты в статусе федеральных законов первые технические регламенты. Процесс, наконец, пошел, хотя еще недавно ситуация была совсем иной. Позиция журнала здесь давно определена, и мы ее последовательно отстаивали, вне зависимости от сиюминутной конъюнктуры.

Представляется, что 10-летие журнала — свидетельство жизнеспособности основополагающих принципов, на которых строилась идеология издания.

Хочется выразить сердечную благодарность всем нашим читателям, рекламодателям и подписчикам, особенно тем, кто остался верен нашему журналу, начиная с 1998 года по настоящее время.

Н. Л. ГАВРИЛОВ-КРЕМИЧЕВ,
главный редактор