

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НОМЕР 9 (87) ■ 2007

**МАКРО-
СКОПИЯ**

с. 16



НАБЛЮДЕНИЯ

В НОМЕРЕ:

С ПОЗИЦИИ НАБЛЮДАТЕЛЯ	3
КОЛОНКА ЗАХАРЖЕВСКОГО	10
ХРУСТАЛЬНЫЙ МАРЗАН 2007	15
МАКРО- СКОПИЯ	16

С позиции наблюдателя все выглядит так, как будто рынок наш развивается какими-то непредсказуемыми зигзагами

А. Романов (с. 3)

Экономика российской печати диктует использование недорогого оборудования

А. Слепов (с. 4)

Иногда бывает, что машина печатает 20% от того, что может, но заказы настолько выгодные, что больше уже и беспокоиться не нужно

В. Кузьмич (с. 8)



**Александр
СЛЕПОВ**

Типография «КОЛЕВ»
Генеральный
директор

ГАРТ: Александр, предыдущее интервью с Вами в нашем издании было три с лишним года назад. Но с тех пор, наверное, произошло много событий?

А. С.: Да, изменилось многое. В 2004 г. у нас было две производственных площадки в Москве. Уже тогда было понятно, что рано или поздно нужно будет съезжаться, но делать это пришлось немного раньше, чем планировалось, и в достаточно экстренном режиме. На одной площадке активизировались рейдеры, на другой помещения вдруг срочно понадобились государству. Правда, в итоге объединение площадок очень благотворно сказалось на производительности труда.

ГАРТ: Теперь производство расположено за МКАД?

(Продолжение на с. 4)



**Валерий
КУЗЬМИЧ**

Xerox
Strategy and Planning
Manager,
Production Systems
Group

ГАРТ: Валерий, по традиции этот номер посвящен офсетной печати, но поскольку Вы в последнее время работаете в Англии и редко появляетесь в нашей стране, мы решили воспользоваться Вашим присутствием здесь и поговорить. Одно время все говорили о грядущем вытеснении офсета цифровой печатью. Однако теперь стало понятно, что это все-таки разные рынки. Вы же следите за российским рынком цифровой печати? Как, по Вашему мнению, он развивается?

В. К.: На мой взгляд, развитие происходит достаточно сбалансированно во всех сегментах: от Xerox DC 12 и DC252 к более старшим моделям. Пожалуй, в эту схему не укладывается только iGen. Его уже нельзя назвать результатом плавного эволюционного развития.

(Продолжение на с. 8)

мелованная бумага из Китая

PRO
MEGA
COAT



Комус
П С Б К

Москва	(495) 729-54-64
Санкт-Петербург	(812) 325-51-21
Екатеринбург	(343) 377-73-93
Новосибирск	(3832) 27-66-84
Казань	(843) 518-54-54

Нижний Новгород	(8312) 69-37-28
Самара	(8462) 70-75-10
Омск	(3812) 40-17-78
Краснодар	(861) 274-62-48
Челябинск	(351) 799-20-55

ГАРТ**Новости. Регулярно и компетентно.**

Ежемесячная газета для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307**Адрес в Интернет:** www.gart.ru**E-mail:** gart@kursiv.ru**Учредитель:** издательство «Курсив»**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru**Ведущий редактор:** Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru**Адрес редакции:**

Москва, ул. Электровзводская, 37/4, стр. 7

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (495) 725 6001**Подписано в печать:** 10.12.2007**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 3293**Печать офсетная.** Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2007

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства. За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**С ПОЗИЦИИ
НАБЛЮДАТЕЛЯ**

Мы должны были что-то рассказать про офсетную печать. Рассказываем. Она — есть. Правда, с позиции наблюдателя все выглядит так, как будто рынок наш развивается какими-то непредсказуемыми зигзагами. И пока остатки интеллигенции рассуждают про загадочную русскую душу, про то, что ничего-то у нас умом не понять и про бесполезность измерительных приборов в нашем случае, простые прагматичные американцы уже давно все посчитали. По их наблюдениям, новые современные печатные машины типографии приобретают по двум причинам.

Первая — для повышения эффективности производства и снижения себестоимости. Поставщик же всегда аргументировано объяснит, насколько все станет быстрее вертеться, если купить за несколько миллионов новый кусок железа. Сколько денег удастся сэкономить на типовом заказе и почему. Подарит эксельную табличку, чтобы хозяин мог, когда делать нечего, повводить в нее разные цифирки и понаблюдать, как все красиво получается в графе «Итого на карман». Правда, потом окажется, что один типовый заказ другому типовому заказу — рознь. И именно нужных типовых в этой типографии просто нет. Но вот если бы были, то...

Эффективность, конечно, вещь хорошая, но, как показывает опыт американцев, вся дополнительная прибыль, которая благодаря ей получается, отдается клиентам в виде скидок. Есть хороший заказ, кто-то объявил цену «ниже плинтуса», но мы-то можем дать еще ниже и все еще быть в небольшом плюсе (так говорят цифры в табличке). И все. Начало положено. Да, конкуренты будут показывать пальцами, но кого это волнует? Правда, по прошествии времени «на карман» с покупкой новой машины получается почему-то меньше, а не больше.

Второй причиной для покупки нового оборудования, по наблюдениям американцев, является кадровая про-

блема. Она у них похожа на нашу. Покупка оборудования повышает лояльность печатников. Перед тем как перебежать в другую типографию, они лишний раз подумают. А если перебегут, то можно будет нанять тех, которые подешевле, ведь машина-то почти все сама делает... Себестоимость еще снизится... И опять за компьютер — менять цифирки в табличке. Не смейтесь, это серьезное исследование.

Проблема и у них, и у нас одна: типографии никогда не договорятся о чем-то вроде единой цены на полиграфические услуги. Сейчас все скажут, что в нашей стране никто не может договориться. Могут. Во всяком случае, как показывают наблюдения, цены растут одновременно во всех магазинах.

**Андрей Романов,
главный редактор**

P. S. Отлучись тут на месяц поболеть, а ведущий редактор такого напишет во вступительном слове, что нужно срочно давать опровержение. Даем. Есть уже в «Крокусе» вертолетная площадка. Есть! Другое дело, что посетителям и большинству участников она, видимо, никак не помогает.

**ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ:****ГАРТ № 10-2007:**
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ**ГАРТ № 11-2007:**
КАДРЫ**ГАРТ № 12-2007:**
БУМАГА**ГАРТ № 1-2008:**
ЗАКАЗЧИКИ
В ПОЛИГРАФИИВывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»Бумага мелованная матовая
Galerie Art silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Александр СЛЕПОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

А. С.: Да, в Куркино. Там когда-то была большая птицефабрика. Она разорилась, а здания с территорией приобрела крупная российская компания. Отдали все это управляющей компании, которая теперь сдает помещения под производства и склады. Но я отдаю себе отчет в том, что и это пристанище — временное. Когда-то эта управляющая компания все равно начнет строительство, а нам придется искать новое место для типографии, вероятно, еще дальше от Москвы.

ГАРТ: Кадры при переезде не потеряли?

А. С.: Потеряли. Пять человек с послепечатки. Но основная проблема здесь все-таки не кадровая, а транспортная. У нас две машины, а количество доставок из-за пробок начинает сокращаться, что не может не отражаться на себестоимости. Офис, в котором работают менеджеры, находится на Курской. Вроде бы, хорошее место, но эти пробки на Садовом!

Все типографии съезжают. Маленькие еще держатся, но средние... Ну, и рентабельность полиграфического производства сегодня, с учетом всех этих факторов, конечно, сокращается. Всем понятно, что надо увеличивать оборот, чтобы выжить, больше печатать, приобретать печатные машины большей производительности и переходить в больший формат.

ГАРТ: Помнится, когда-то Вы активно выступали за приобретение нового оборудования. Не поменяли свое мнение?

А. С.: Новую машину имеет смысл покупать типографии, которая имеет за плечами многолетний успешный опыт работы или инвестора, способного в критической ситуации поддержать деньгами.

А для небольшой и даже средней российской типографии лизинговые выплаты по новой печатной машине могут оказаться неподъемными. На мой взгляд, сегодня отрицательных примеров таких сделок больше, чем положительных.

ГАРТ: Да, вроде бы, никто особенно не разоряется...

А. С.: Конечно, до разорения доходит не всегда, но начинаются протяженные по времени финансовые проблемы. Не хватает денег на выплату зарплаты и аренды. Начинается текучка кадров и прочие неприятности, которые имеют тенденцию накапливаться. По крайней

мере, риск того, что такая ситуация возникнет, очень высок.

Могу привести пример. Не так давно мы приобрели Speedmaster 52–4 с очень маленьким пробегом. Он был новым куплен в Германии, проработал в одной из региональных российских типографий несколько месяцев — и был выставлен на продажу.

ГАРТ: Интересно, а новое оборудование сегодня вполне удовлетворяет потребности российских производителей?

А. С.: Ну, есть разное новое оборудование... Если мы говорим о печатных

Хороший крупный заказчик обязательно проводит исследование рынка, «забрасывает» свой запрос в десятки типографий, получает от них предложения и потом уже выбирает. И цену часто требует самую низкую, которую рынок может предложить. Грустно это все

машинах, то на российском рынке сегодня наблюдается некая «гонка вооружений». Надо печатать быстрее и эффективнее конкурентов, поэтому GTO начинают уходить с рынка — им не хватает скорости печати и переналадки. Хотя это прекрасные машины.

А ведь экономика российской печати с учетом растущих зарплат и цен на импортные расходные материалы диктует использование достаточно простого и недорогого оборудования. К примеру, в таких европейских странах, как Греция, Испания, Италия, крупные (по их меркам) типографии работают на машинах, которые в России вроде бы уже совершенно неконкурентоспособны. На производстве, которое обеспечивает печатной продукцией всю Каталонию, в качестве основной машины используется четырехкрасочная GTO 52–4 с чехловым увлажнени-

ем, купленная лет 30 назад. У них это нормально, а у нас конкуренция — как в самой высокоразвитой стране, скажем, Германии.

Получается некоторый замкнутый круг. По моим представлениям, на сегодня 20–25% полиграфических мощностей в Москве и Подмосковье — лишние. А не загружать печатное оборудование в четыре смены — это путь к разорению. Опять же, мы говорим о нормальной типографии, которая занимает сотни м² производственных площадей и реальной, сложившейся сегодня на рынке ситуации.

На мой взгляд, отказ от ночных смен означает неспособность отдела продаж обеспечить нормальную загрузку. Таким путем идти нельзя.

ГАРТ: Некоторые находят выход в специализации.

А. С.: Задумываться о специализации на нашем рынке может только крупная типография. Такая, как «КОЛЕВ», все-таки вынуждена заниматься всем. Со «средним» набором оборудования: GTO 52–2, Speedmaster 52–4, Speedmaster 72–5 и различное послепечатное — на рынке этикетки и упаковки мы играть не сможем.

ГАРТ: Есть, еще, например, сектор высококачественных книг, изготовлением которых увлеклись некоторые из ваших конкурентов.

А. С.: Есть. Но нам — рано. Вообще, многие типографии начинают специализироваться на чем-то случайно. Так получается. А вот целенаправленно делать акцент на определенной продукции может только крупная успешная типография. Рынок настолько узок, объем его настолько мал, что только на производстве своей «специальной» продукции выжить сложно.

Если говорить о послепечатном оборудовании, то в нашей ситуации кооперация не работает. Все видел в Европе, разговаривал с хозяевами. У них работает, у нас — нет. Наш рынок априори требует от типографии универсальных возможностей. Приходится иметь все свое.

ГАРТ: Послепечатное тоже новое?

А. С.: Можно и новое, только осторожно. У нас был опыт: приобрели новый ВШРА. Запускали его несколько месяцев. Все «вертится», но не работает. А в Москве всего три человека разбираются в таких машинах. Оказалось, предыдущий владелец делал доработки в схемах управления... Теперь, конечно, уже все наладилось, все довольны, но времени и нервов пришлось потратить много.

ГАРТ: Александр, но это то, что касается оборудования. А сами заказчики за прошедшие годы не поменялись? Не говорят, что их не волнует цена, лишь бы качественно и в срок?

А. С.: Нет, не поменялись. Хороший крупный заказчик обязательно проводит исследование рынка, «забрасывает» свой запрос в десятки типографий, получает от них предложения и потом уже выбирает. И цену часто требует самую низкую, которую рынок может предложить. Грустно это все. В такой ситуации даже некоторые нормальные типографии начинают демпинговать. Нам приходится печатать для крупных заказчиков по средним ценам. «Сорвать куш» на каком-нибудь одном заказе сегодня нельзя.

Когда приходят приглашения принимать участие в тендере, в них изначально фигурируют самые низкие цены и еще требование отсрочки оплаты на 45 дней. Крупнейший производитель спортивной одежды прислал запрос. С точки зрения объема печати там делать нечего, но предоставьте им последний баланс, справку из налоговой, сведения о владельце типографии, ксерокопию паспорта генерального директора с московской пропиской... А потом,

может быть, они разместят у вас этот заказ по цене «ниже плинтуса» и отсрочкой оплаты на два месяца.

ГАРТ: Но кто-то ведь на этих условиях им напечатает?

А. С.: Самое смешное, что они нашли такую типографию. Нищета нашей полиграфии не знает границ.

ГАРТ: Но отсрочки все равно давать приходится?

А. С.: Приходится. Мы даем отсрочку, но только клиентам, которые постоянно размещают у нас заказы.

Бумага дорожает настолько часто, что мы привыкли. А крупные клиенты, кстати, хотя бы им достаточно долгое время сохраняли фиксированные цены, и удорожание бумаги компенсировать не хотят.

Кстати, еще одна очень актуальная тема — это проблема долгов в полиграфии. Конечно, сегодня дисциплина платежей у заказчиков полиграфической продукции «немного хромает». Опоздания по платежам у крупнейших клиентов достигают двух, трех и более месяцев. То есть, мы кредитует крупнейшие российские компании. Из-за этого нервничают поставщики материалов, ведь мы задерживаем выплаты им. Реально, если бы мне сейчас запла-

тили все долги, можно было бы расплатиться с кредитами и уехать всей типографией в отпуск в теплые страны.

ГАРТ: А бывают долги, которые уже не вернуть?

А. С.: У нас — нет. Наверное, потому что большинство клиентов — постоянные. Бывает, приходят через полгода, оплачивают тираж, который не оплатили тогда и размещают новый с предоплатой. Так что нет проблемы заплатить/не заплатить. Есть вопрос, когда.

Еще одна проблема заключается в абсолютной, на сегодняшний день, непрогнозируемости спроса на полиграфические услуги. Несколько лет назад мы знали, что январь будет провальным, февраль — хорошим, летом работы будет мало, в сентябре начинается подъем, а с октября уже аврал. В этом году в феврале был простой, лето было хорошим, в августе — бум, а потом в начале ноября хуже, чем в октябре. Такая ситуация складывалась не только у нас, но и во многих других московских типографиях.

ГАРТ: Думаете, действуют какие-то макрофакторы?

А. С.: Да, создается впечатление, что все зависит от того, как «циркулируют» деньги в нашем государстве. В какой-

Rely on us.SM

Flint Group предлагает самый широкий ассортимент красок для печати по упаковочным материалам и этикеткам

- **Flint Group:** Водно- и органорастворяемые краски и лаки для глубокой и флексографской печати
- **XSYS Print Solutions:** УФ- и водорастворяемые краски для флексографской печати, УФ-краски для офсетной, трафаретной и высокой печати, а также широкий ассортимент лаков, клеев и специализированных красок для узкорулонной печати

Flint Group, следуя многолетней традиции, оказывает своевременную компетентную техническую поддержку и сервис, помогая своим заказчикам работать с максимальной эффективностью.

125171 Москва, Ленинградское шоссе 16, стр. 9, тел.: +7 495 775-1760

194100 Санкт-Петербург, ул. Новолитовская 15, офис 536, тел.: +7 812 380-3150

www.flintgrp.com

FlintGroup

то момент заказчики просто не могут платить за полиграфию. В результате — отложенный спрос, а затем бум. Есть, конечно, исключения из правил, когда у типографии есть один ключевой клиент, который может «проснуться» во время затишья у остальных. Но у нас такого клиента нет.

ГАРТ: Как, кстати, делаются ваши клиенты? Большая доля рекламных агентств?

А. С.: Мы, видимо, уникальная типография, потому что 90% у нас составляют прямые заказчики. В связи с этим, ситуация на рынке чувствуются особенно остро.

На мой взгляд, полиграфическая отрасль находится в состоянии вялотекущего кризиса. В его рамках все более или менее устаканилось, а чем все закончится, нам еще предстоит узнать. Есть ведь и дополнительные внешние факторы, которые влияют на отрасль...

ГАРТ: Как правило, не очень позитивно?

А. С.: Именно так. Причем «разборки» с лицензионным программным обеспечением, возможно, всего лишь цветочки. А вот ягодки пойдут, когда начнут приходить люди из силовых структур и, пользуясь несовершенством законодательства, будут задавать вопросы. Мы на всякий случай полностью отказались от печати предвыборных материалов. Не регистрировались, но все равно звонки были, хотя и меньше, чем четыре года назад.

Но типографии все равно попадают под удар. Нужно внимательно читать все, что принимается в печать, на предмет запрещенной агитации — призывов к насилию и прочего. Цензуры-то теперь нет, лицензии на издательскую деятельность тоже отменены, поэтому «крайней» может оказаться типография. Хорошо, если в

договоре с клиентом есть пункт, в соответствии с кото-

Нужно, чтобы крупнейшие типографии возглавили движение. Если они и некоторая часть средних договорятся о принципах ведения бизнеса и будут их придерживаться, то ситуация может сдвинуться с мертвой точки

рым она не несет никакой ответственности за содержание материалов. У нас он есть. В большинстве других — я думаю, нет. Вообще, юридическая защищенность на нуле.

ГАРТ: Предполагалось, что такими вопросами будет заниматься «Московский полиграфический союз» (МПС).

А. С.: Эта организация в ее прежнем виде себя исчерпала. Есть идея ее возрождения. Понятно, что для этого необходимы определенная стратегия и финансирование. Нужно, чтобы крупнейшие типографии возглавили это движение. Если они и некоторая часть средних договорятся о принципах ведения бизнеса и будут их придерживаться, то ситуация может сдвинуться с мертвой точки.

ГАРТ: Александр, скажите честно, а не возникает ли у Вас иногда желания продать весь этот бизнес и заняться чем-нибудь еще?

А. С.: А его, как и любой производственный бизнес,

нельзя продать. На Западе — можно, а здесь — только по цене оборудования. Отлаженный бизнес, существующий с 1993 г.! Мы обречены заниматься полиграфией (смеется).

ГАРТ: А вот если бы вернуться назад, к моменту основания типографии: начали бы с того же?

А. С.: Конечно, если бы в 93–95 гг. было правильное понимание рынка, такое, как сейчас, то я некоторые вещи сделал бы иначе.

ГАРТ: И чем бы стал тогда «КОЛЕВ» к сегодняшнему дню?

А. С.: Я не знаю. Он был бы другим, это точно. На любой бизнес свой отпечаток накладывает личность человека, стоящего у руля. Вот я, возможно, излишне осторожен в принятии решений. Если бы мы приобрели в 1996 г. четырехкрасочную машину, то все сложилось бы по-другому.

ГАРТ: Кстати, о машинах: как Вам «Полиграфинтер»? Вам же теперь до «Крокуса» рукой подать?

А. С.: Выставка в этом году была какой-то скучной. Практически не участвовали небольшие компании, которые всегда предлагали полезные и интересные для типографий машинки. Говорят — не могут позволить себе платить такие деньги за участие в выставке.

Из реальных новинок меня заинтересовал Heidelberg Speedmaster 52–4 с системой Anicolor. Очень интересная машина. Многообещающая, если судить по характеристикам, но имеющая совершенно неприличную цену. Пока, я надеюсь.



ДЕТАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Принтэксперт. Специалисты по монтажу.
Рулонные машины для печати журналов и послепечатное оборудование, бывшие в эксплуатации, <под ключ>.

Екатеринбург
Телефон (343) 2161105
Факс (343) 2161104
info@printexpert.ru
www.printexpert.ru

ПРИНТЭКСПЕРТ
ТИПОГРАФСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ / СЕРВИС

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

СИМВОЛ МЕЧТЫ

夢

LITHRONE S40

Печатная машина полного формата, обеспечивающая превосходное качество печати и наивысшую производительность. Новый уровень автоматизации в сочетании с традиционными преимуществами машин Lithrone

М Е Ч Т А

СОЛНЦЕ ВОСХОДИТ
ТОТ, КТО ИДЕТ ЗА МЕЧТОЙ
ТИГРУ ПОДОБЕН



www.yam.ru

KOMORI

Корпорация KOMORI основана в 1923 г. и является мировым лидером в производстве печатного оборудования. На ее заводах в Японии производится широкий модельный ряд листовых офсетных машин с форматами листа от 360x520 до 820x1130 мм, а также рулонные журнальные машины.

YAM

YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
E-mail: info@yam.ru

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

Валерий КУЗЬМИЧ

(Продолжение. Начало на с. 1)

ГАРТ: Но iGen и предназначен для совсем другого сектора рынка. Правда, случаи, когда офсетная типография покупает машину класса iGen — большая редкость. Все-таки это отдельный бизнес. Наверняка, в Англии ситуация аналогичная?

В. К.: Я бы так не сказал. Просто должна произойти некая эволюция в мышлении руководителей типографий.

Первая мысль, которая приходит в голову: а давайте посмотрим на существующую структуру заказов и их тиражность. Количество коротких тиражей объективно растёт. Вывод «лежит на поверхности» — поставим цифровую машину и будем распределять заказы: короткие — на «цифру», а офсет загрузим тем, чем он должен быть загружен. Такой подход имеет право на существование при условии, что кто-то будет правильно считать экономику каждого заказа. На Западе этому уделяют больше внимания.

ГАРТ: А вот у нас это явление трудно назвать массовым. Вот когда типография «Новости» купит ЦПМ...

В. К.: Думаю, это вопрос времени. Следующий шаг в «эволюции мышления» приходит с опытом. В крупных западных офсетных типографиях стоят и iGen, и NexPress, и Indigo. Немного поработав на них, владельцы начинают понимать, что основные деньги «лежат в другом месте».

ГАРТ: В том смысле, что сервис, который позволяют обеспечивать эти машины, стоит отдельных денег?

В. К.: Да, и этот сервис нужно немного по-другому организовывать. «Горькая правда» заключается в том, что короткие заказы, которые появляются сами собой, обычно так же легко и уходят. Не стоит инвестировать в большую машину в расчете только на них. Зато те заказы, которые появляются в результате активной работы с клиентом, остаются и рожают новые объемы.

ГАРТ: Ну, об этом мы уже говорили, и не раз...

В. К.: На эту тему есть одно хорошее выражение: «Новые песни сочиняет тот, у кого старые — плохие». Если представить себе возможный объем, который можно напечатать на цифровой машине, в виде пирамидки, то на ее вершине будут самые дорогие заказы — переменная печать, сложные проекты. Заполнить ими весь объем непросто, но возможно. Иногда бывает, что машина печатает 20% от того,

что может печатать, но заказы настолько выгодные, что больше уже и беспокоиться не нужно.

Вторая группа — это малотиражка, быстрая печать, короткие заказы, «вчера». Полностью загрузить машину такими работами практически нереально, потому что, во-первых, их нужно где-то находить, во-вторых, необходимо иметь инфраструктуру, способную принять и обработать около сотни заказов в день.

И, наконец, третья группа — это то, что теоретически можно печатать оф-

«Горькая правда» заключается в том, что короткие заказы, которые появляются сами собой, обычно так же легко и уходят. Не стоит инвестировать в большую машину в расчете только на них. Зато те заказы, которые появляются в результате активной работы с клиентом, остаются и рожают новые объемы

сетом, где-то «на грани». Заниматься только такими заказами малоинтересно, а вот дозагрузить ими машину — вполне реально. Впрочем, любые варианты «пирамидки» имеют право на жизнь. Нужно только понимать, как выстраивать модель бизнеса при каждом из них.

ГАРТ: И все-таки, перспективы развития серьезной цифровой печати находятся не в типографиях, а в каких-то других организациях. Кстати, а тема специальных проектов Xerox получила развитие?

В. К.: Если под «какими-то другими организациями» понимать выделение цифрового направления в отдельную структуру или даже самостоятельную компанию, то здесь я абсолютно согласен.

Что касается «специальных проектов», то речь идет об одном из подразделений нашей компании — Xerox

Global Services, которое предлагает целый спектр услуг для крупных корпоративных клиентов.

К числу таких услуг относится аутсорсинг печати, когда компания Xerox устанавливает у клиента оборудование и предоставляет необходимый для его обслуживания персонал. Но этот вариант сервиса необходим тогда, когда «вытащить» печать из бизнес-процесса практически невозможно.

Второй возможный вариант — это когда клиент решает добавить печать определенных объемов в общий контракт, включающий и другие услуги. В этом случае сам Xerox, как и любой заказчик, рассматривает возможные альтернативы: поставить свое оборудование или размещать заказы на стороне, в зависимости от потенциальной загрузки оборудования. Оба варианта работают.

ГАРТ: Ну, все зависит от того, что именно печатает организация. Скажите, а в такой сфере, как печать счетов оплаты телекоммуникаций, российский Xerox чувствует себя уверенно?

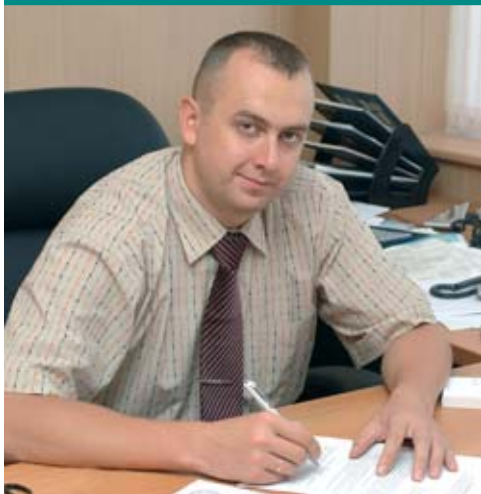
В. К.: В России Xerox начал поставки технологий для биллинговой печати более 10 лет назад, и до сих пор является лидером в этом сегменте. Этот рынок переживает сегодня переходный период. Большинство компаний до сих пор печатает биллинг у себя, в то время как Англии уже развит аутсорсинг.

ГАРТ: Как же они не боятся доверять сторонней организации банковские документы?

В. К.: На мой взгляд, тема сохранности данных — несколько надуманная. Тот факт, что организация берется оказывать подобные услуги, сам по себе является гарантией безопасности. Технологии выстроены таким образом, что никаких случайностей быть не может. Иначе это грозит потерей репутации, клиентов и судебными исками.

ГАРТ: Валерий, Вы наверняка хорошо знакомы с данными мирового рынка цифровой печати. В России динамика развития самая высокая?

В. К.: Весь вопрос в том, что брать за точку отсчета. В Индии, например, в этом году рост рынка составил около 70%, в Мексике — порядка 100%. Но там и сам рынок цифровой печати начал формироваться буквально года два-три назад. Ну, а рост объемов продаж Xerox на российском полиграфическом рынке в денежном выражении в прошлом году составил 48%.



ЗАКАЗЧИКИ ГОВОРЯТ

Павлов М.В., и.о. генерального директора
ОАО ИПО «Лев Толстой»

К выбору печатной машины мы отнеслись очень серьезно. Проанализировали рынок, определили его потребности и отсутствие у нас технических возможностей предложить на рынке продукцию необходимого качества. Основными требованиями, которые предъявлялись к печатной машине были: печать фоновых плашек с идеально ровным раскатом краски и отсутствие шаблонирования. Это и определило наш выбор в пользу печатной машины MAN Roland. А надежность машины и её конструктивная новизна придали нам дополнительной уверенности в правильности сделанного выбора.



WE ARE PRINT.™

ROLAND 500

НЕОГРАНИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЛИСТОВОЙ ПЕЧАТИ

- Самые современные решения, воплощенные в машине второго формата.
- Гибкая комплектация, позволяющая собрать машину, точно отвечающую требованиям заказчика
- Фирменная надежность и долговечность машин MAN Roland



НАШИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА:

Москва	(495) 737 6270	Новосибирск	(383) 212 0014
С. Петербург	(812) 328 0248	Хабаровск	(4212) 43 9194
Ростов-на-Дону	(863) 252 6704	Минск	+ 375 (17) 294 4912
Екатеринбург	(343) 371 5140	Алматы	+7 (3272) 49 2159
		Киев	+ 380 (440) 272 2619

ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ СЕРВИСА: (495) 737 4998 • НАШ САЙТ: WWW.HGS.RU

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР

HGS

Мы делаем полиграфию успешной!



Компания HGS



Юрий
ЗАХАРЖЕВСКИЙ

О проезде на «Полиграфинтер» сказано уже много и красочно. Огорчает лишь то, что с каждым разом ситуация будет только ухудшаться. По крайней мере, до тех пор, пока московские власти не решат проблему пробок. Когда выставку переносили, обещали чуть ли не метро у самого павильона. Теперь понятно, что место неудачное, но сделать ничего уже нельзя. Бывают такие ситуации.

А вот так (рис. 1) выглядел автобус изнутри. На ули-

це идет дождь, а в автобусе... Ну, не сильный дождь, но с крыши капало. Приятный момент: при переходе из зала в зал больше не надо показывать бейджик. Раньше охрана при каждом зале наводила на мысли о бесконечной суете сует. Или заставляла все поминать организаторов.

ВСЕ ШИРЕ И ШИРЕ

Формат офсетных машин растет. Очевидно, сказывается давление со стороны ЦПМ и даже офисных принтеров. Многие фирмы, выпускавшие машины только 2-го и 3-го форматов, вдруг стали дружно представлять модели шириной 75, 78, 92, 96 и даже 109 см. Нет, разумеется, мало кто прямо скажет, что упал спрос на малоформатное оборудование. Все очень прекрасно, а будет еще прекраснее.

Но, в связи с ростом формата офсетных машин, на российском рынке произош-

ла интересная рокировка. Одна крупная фирма, известная, главным образом, многочисленными установками СТР, наконец-то стала и поставщиком печатных машин. Нет, раньше они тоже предлагали печатные ма-

Когда говорят о преимуществах новых машин, основной упор делается именно на их автоматизации. Но это имеет смысл лишь при полной загрузке

шинки... Но теперь у них есть солидное оборудование японского производителя. Раньше им торговала другая фирма. Вместе с машинами немецкого производителя. И японцев это устраивало, пока их машины были по формату меньше немецких. Но вот формат стал расти... Меня сразу заинтересовало: как же поставщик будет позиционировать разные машины одного формата? Как ни крути, кого-то придется обидеть — назвать один из вариантов топовым, а другой — бюджетным. Теперь ясно, что проблема разрешилась радикальным образом.

СОВСЕМ НЕ ТОТ КОЛЕНКОР

Один известный в полиграфических кругах колумнист в середине 2006 г. писал, что при нынешнем положении дел в российской полиграфии новые машины имеет смысл приобретать только тем типографиям, которые полностью загружены работой. Потому что основное преимущество новых машин заключается даже не в гарантии бесперебойной работы, а в большей степени автоматизации, что, согласитесь, важно именно при высокой загрузке. Что касается качества печати, то красочный аппарат у старых машин был, зачастую, не хуже, чем у новых. Разумеется, на качество влияют износ подшипников и прочих ответственных деталей, но они вполне заменяемы. Когда говорят о преимуществах новых машин по сравнению с подержанными, основной упор делается именно на их способности напечатать больше тиражей за смену за счет большей автоматизации. Но это имеет смысл тогда, когда удастся загрузить машину полностью.

Упомянутый выше полиграфический писатель сделал тогда вывод, что в скором времени в России появятся специализированные компании, торгующие подержанным оборудованием. Похоже, ему действительно удалось уловить тенденцию. В 2007 г. компания (censored) создала фирму, которая занимается именно

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СКЛАД
ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

Россия, 125424, Москва, Сходненский туп., 20,
тел/факс: (495) 221-84-64, e-mail: inform@poli-mat.ru,
www.cspm.ru

Материальные ценности полиграфиста

Материалы для допечатных, печатных, послепечатных процессов

- Фототехническая пленка и химия к ней (Kodak, Agfa).
- Монтажная основа и вспомогательные материалы.
- СТР и аналоговые пластины и химия к ним (Kodak, Agfa).
- Цветовые справочники Pantone.
- Краска для офсетной печати, Imperial Ink (Япония).
- Вспомогательные материалы для печатных процессов.
- Смычки и смычковое полотно.
- Чехлы для валиков.
- Противоотмывающие полотна.
- Пленка для припрессовки (JBC).
- Клей для переплетных процессов.
- Проволока для проволокошейных процессов (Loetters).
- Фольга для горячего тиснения.
- Переплетные материалы (Guatzo).
- Пленка для лазерных принтеров.

РИС. 1



РИС. 2



поддержанным оборудованием. В свою очередь, отделение продаж поддержанной техники компании «Вариант» стало самостоятельной компанией (под знакомым названием «Апостроф»).

Несколько ранее неновой техникой занялось представительство КБА. А компания «Гейдельберг СНГ» уже давно имеет в своем составе подразделение по продаже и восстановлению б/у печат-

ных машин. Правда, это не специализированные компании, но их внимание к поддержанной технике наводит на размышления. Ведь было время, когда такие машины покупались типографиями в основном самостоятельно. Но ведь было и время, когда считалось непростительной расточительностью покупать компьютер в готовом виде. Помните? На Митинском рынке добывали комплектующие — и сами собирали. Даже в компьютерных журналах всерьез обсуждался вопрос: а настанет ли в России время, когда готовые компьютеры будут покупать в магазинах? Настало!

Но появление серьезных компаний, занимающихся продажей поддержанной техники, имеет и тот эффект, что все большее число типографий будет теперь выбирать именно такую технику. И чем больше они ее будут продавать, тем лучше ее будут покупать.

Все хорошо. И, разумеется, становится все лучше. Но есть во всем этом и некий горький привкус. Было время — полиграфисты покупали новые машины за свои деньги. А теперь покупают старые. В кредит. И как бы ни были хороши эти старые машины, тенденция не радует.

ПРОГНОЗЫ

В свое время я осмелился выдать прогноз, что 2008 г. станет вершиной развития традиционного офсета в России. Речь идет именно о традиционном офсете с увлажнением: УФ-печать и всякие новые типы красочных аппаратов наподобие Anicolor к нему не относятся — например, показанный на «Полиграфинтере» Роланд 706 с УФ-сушками.

Разумеется, кто-нибудь сейчас скажет, что это все пессимизм, и у полиграфии прекрасное будущее. Более того: поглядев на рис. 2, можно убедиться, что кто-то

кое-где порой еще пользуется бумажными источниками информации. Но я совсем не имею в виду, что надо все бросать и идти в управдомы. Может быть, наоборот, именно сейчас, когда конкуренция обостряется, надо серьезно задуматься о выборе новой техники: что стоит, а что не стоит брать. И сделать выбор до того, как он станет бесполезен. И не попасть в ситуацию, когда, как с местом проведения выставки, изменить ничего уже нельзя. Но вот то, что жизнь у «офсетчиков» станет труднее — это, как мне кажется, точно. Во всяком случае, ждать осталось не так долго: через пару лет (то есть в конце 2009 г.) уже станет ясно, прав ли я был.

P. S. Иногда думаю: а может, все же я не прав? Не слишком ли я оптимистичен, отодвинув время «заката» столь далеко?



Компания PrintHouse

поздравляет всех своих партнеров,

друзей и коллег

с наступающим Новым Годом

и Рождеством!

Искренне желаем Вам успехов

во всех начинаниях,

неиссякаемой энергии,

удачи

и процветания!



МОСКВА

Тел.: (495) 937-5151

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Тел.: (812) 449-2141

НОВОСИБИРСК

Тел.: (383) 212-0124

ЕКАТЕРИНБУРГ

Тел.: (343) 355-9026

РОСТОВ-НА-ДОНУ

Тел.: (863) 252-4102

КАЗАНЬ

Тел.: (843) 542-4516



**Иван
МЕДВЕДЕВ**
«Растр-Технология»
Член руководства,
маркетинг
и продажи

ГАРТ: Иван, в номере, посвященном упаковке, мы поговорили со многими участниками рынка оснастки для высечки. Их мнения Вы уже знаете. Теперь хотелось бы услышать, что думает об этом рынке один из крупнейших игроков.

И. М.: Мы присутствуем в сегменте оснастки в двух ипостасях — как производитель и как поставщик расходных материалов, поэтому, вероятно, имеем возможность смотреть шире. Рынок не сложный, и не особенно отличается от любого «большого» рынка каких-нибудь инструментов. Специфика в том, что производитель здесь — регионально привязанный. Возьмем, например, обычную оснастку для тигельного пресса. Клиенты где-нибудь в Томске или Хабаровске делают небольшими тиражами срочные заказы. А инструмент нужен под конкретный тираж. Вопрос, куда они обратятся — в Москву, Питер или Новосибирск?

ГАРТ: Ну, видимо, в Новосибирск.

И. М.: Конечно, потому что для них срочность изготовления и доставки — ключевой фактор. Другой вопрос, нужны ли в Москве 10 компаний, но производители оснастки в Томске, Хабаровске и Тюмени должны быть. Мы можем обслуживать клиентов в радиусе 700 км, дальше начинаются проблемы. Питер — другое дело. Это как бы вторая столица, и у них своя гордость.

ГАРТ: В Европе ведь тоже много небольших семейных компаний, занимающихся производством оснастки?

И. М.: Да, там есть масса небольших производителей и такой крупнейший игрок, как Marbach. Эта компания занимается производством оборудования, разработкой новых технологий, сотрудничает с крупнейшими потребителями оснастки и имеет надежных самостоятельных партнеров, занимающих серьезные позиции на своих рынках и обеспечивающих определенный финансовый поток.

ГАРТ: Видимо, «Растр-Технология» — один из таких партнеров. А со стороны все выглядит так, как будто ваша ком-

пания частично или полностью принадлежит Marbach...

И. М.: Ну что ж, значит, все эти годы мы работали не напрасно, создавая это впечатление. Я вынужден Вас либо порадовать, либо обескуражить, но это не так.

ГАРТ: А ведь это было бы логичным продолжением вашего многолетнего сотрудничества.

И. М.: На самом деле, продаваться и развиваться как самостоятельный партнер — две абсолютно правильные стратегии. Мы выбрали вторую. Хотя в той ситуации, которая сложилась в конце 90-х, можно было предполагать, что

**Когда в рамках
глубокого взаимодействия с Marbach
мы поняли, на каком
низком уровне
находится наша
производительность
труда — а нам просто
в цифрах показали,
сколько линейек
«заколачивают»
египтяне — поначалу
стало просто
не по себе.
С этого и начался
путь вверх**

Marbach сделает нам предложение, от которого мы не сможем (или не захотим) отказаться. Некоторое время работали, ожидая, но очень быстро сами поняли, что компании Marbach нужен просто очень сильный партнер.

ГАРТ: И вы наиболее соответствовали его критериям, так?

И. М.: Вообще, у этой компании есть определенная бизнес-философия: если куда-то приходиться, то быть первым, или уж не приходиться вовсе. Есть такие рынки, где Marbach не представлен или даже закрыл свои предприятия именно по этой причине.

Конечно, в 1997 г. мы умели не все, но уже вышли на тот уровень, на котором многие российские компании находятся сегодня. Хотя все еще представляли собой мануфактуру по срав-

нению с современным предприятием. Когда в рамках глубокого взаимодействия с Marbach мы поняли, на каком низком уровне находится наша производительность труда — а нам просто в цифрах показали, сколько линейек «заколачивают» египтяне — поначалу стало просто не по себе. С этого и начался путь вверх. Фактически, мы получили импульс в развитии именно с точки зрения автоматизации и контроля качества.

Сам Marbach тоже меняется. Это ведь семейная фирма, и до определенного момента она носила сугубо немецкую ментальность. Я давно увлекаюсь этой темой, в свое время изучал центрально-европейские экономики, в развитии которых ментальность активного населения сыграла немаловажную роль. Так вот, в Marbach до конца 90-х гг. превалировал немецкий подход, а именно: техника и производственная компетентность превыше всего. Сегодня происходит смена парадигмы, потому что на места старых управленцев приходят «мальчики в хороших галстуках» — выпускники ведущих бизнес-школ, которые утверждают, что главное — финансы.

ГАРТ: На данном этапе главное — система. В каком-то ее месте должны быть «мальчики», в каком-то — технологи, в каком-то — рабочие. И если эта система построена правильно, то все работает.

И. М.: Представьте себе, что мы создаем летательный аппарат... В одном случае руководство фирмы говорит: «Нам все равно как, лишь бы аппарат летал, и мы с минимумом издержек отправим его в первый полет». В другом: «Нет, мы доведем его до ума, пусть с большими издержками, но он будет летать выше, дальше и экономичнее». Это и есть две школы в бизнесе, которые сегодня в мире, как две материковые плиты, сталкиваются и создают зону напряженности.

Я еще застал уходящий немецкий опыт: целый блок менеджеров, на которых держалась вся эта великолепная экономика. Они рассуждали так: да, мы потратим больше, поставим лучшие в мире станки, обучим лучших в мире рабочих — и они дадут нам прибыль, но не сегодня, не завтра, а послезавтра. И постоянно выходили на эту прибыль, пусть несколько отложенную. Но этот подход исчезает, и вряд ли когда-то будет восстановлен.

ГАРТ: Marbach — крупнейший производитель оснастки для высечки в Европе?

И. М.: Совершенно верно. Они скромно говорят: «Мы первые в Европе».

ГАРТ: А «Растр Технологии» — уже многие годы лидер российского рынка. Все-таки, насколько важно иметь за спиной такого партнера?

И. М.: Я вернусь немножко назад. Тогда, в 1997 г., Marbach, конечно, сыграл определяющую роль во многих вопросах, но по ряду направлений мы умели и делали все самостоятельно. В частности, вмешательство Marbach в развитие ротационного направления было минимальным. Были, конечно, наши бесконечные поездки, глаза, уши, интеллект, но ротация — это продукт А. Горбача. Более того, за внешним спокойствием этого человека есть скрытое честолюбие ученого. Он был бы доктором физ.-мат. наук, но поскольку выбрал бизнес, старается достичь в производстве продукта таких же высот. Это его цель. Сейчас мы приобретаем вторую комбинированную лазерную установку с ротационной секцией, которая начнет работать в начале следующего года. И наше преимущество перед конкурентами в том, что уже не требуется тратить время на тесты.

ГАРТ: Говорят, эти установки иногда ломаются?

И. М.: Наша — именно в данный момент стоит во второй раз. Проблема с излучателем. И это — несмотря на оснащенность дорогостоящей стабилизирующей аппаратурой: со стабильностью работы электросетей в наших регионах большие проблемы. Вообще, любая сложная установка имеет свойство бунтовать, но наша проработала уже 3,5 года, и мы чрезвычайно довольны. Да, бывают мелкие сбои, которые клиенты чувствуют очень быстро, ведь у нас огромная загрузка. На сегодняшний день мы практически единственные, кто поставляет ротацию, поэтому в какой-то мере несем ответственность за отрасль. Кстати, сознавая эту ответственность, мы приобрели вторую комбинированную лазерную установку, которая будет запущена в эксплуатацию уже в январе 2008 г.

ГАРТ: Оборудование производства Marbach?

И. М.: Да, компания Marbach в 2001 г. приняла решение производить самостоятельную линейку лазерных установок и преуспела в этом. Мы сами присутствовали и при сборке, и при тестовых испытаниях. Не OEM, а машины принципиально другой конструкции.

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВЕСЬ ГАРТ
АРХИВ**

www.gart.ru

Хотя такой тип излучателя, как в нашей установке, работает и в оборудовании, приобретенным несколькими московскими производителями оснастки.

ГАРТ: Иван, давайте затронем тему конкуренции. Сначала, когда рынок оснастки был маленьким, нескольких компаний работало на нем, практически не пересекаясь. У всех была загрузка, хорошая маржа и т. д. Теперь рынок начинает сужаться. Кроме того, на условные 20 долл. за метр линеек накладывается таможня, налоги и т. п.

И. М.: Да, все по принципу ножиц. Инфляция, ревальвация. И потом, у нас рынок наемного персонала, который также требует заработную плату, достаточную, чтобы выжить в Москве.

РАСТР-ТЕХНОЛОГИЯ® **ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ**

ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА УПАКОВКИ

**Штанцформы и оснастка
для плоского штанцевания**

Ротационные штанцформы

Этикеточные штанцформы

**Технические штанцформы
(для электронной, автомобильной
промышленности и т. п.)**

**Высокотехнологичные штанцформы
и оснастка фирмы
Karl Marbach GmbH+Co.KG**

117485, Россия, Москва
ул. Профсоюзная, 84/32
Тел.: (495) 232-37-02
Факс: (495) 333-20-05
E-mail: info@r-tech.ru

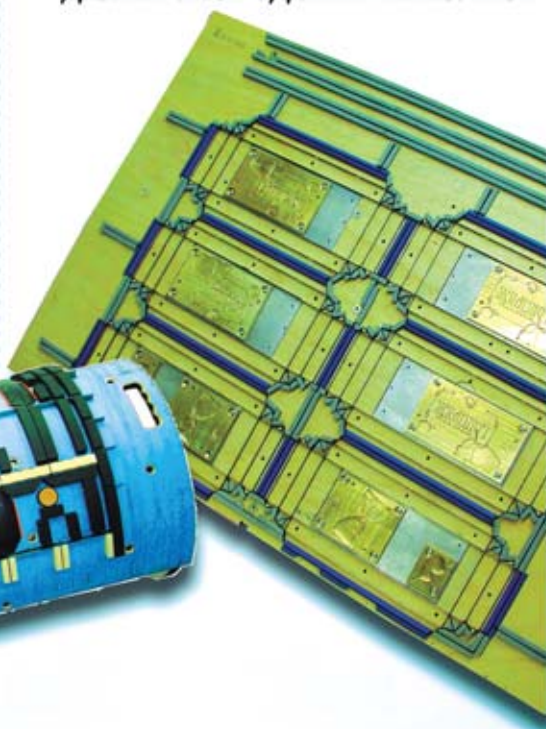
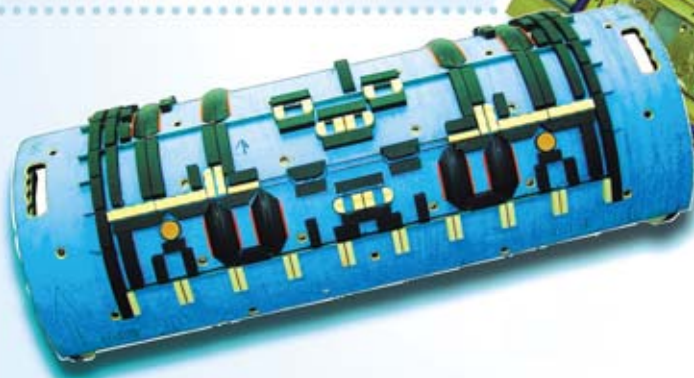
249031, Россия, Обнинск
Калужская обл., Киевское ш., 15
Тел./ Факс: (48439) 5-37-79
5-44-91
E-mail: obninsk@rt.kiam.ru

443086, Россия, Самара
ул. Ерошевского, 3а, офис 205
Тел.: (8462) 79-02-61
Факс: (8463) 34-17-11
E-mail: rastr@obp.ru

456770, Россия, Снежинск
Челябинская обл.,
ул. Транспортная, 66
Тел./факс: (35146) 5-55-71
Тел. моб.: (35146) 5-46-35
E-mail: r-tech@snezhinsk.ru

196006, Россия, Санкт-Петербург
ул. Цветочная, 6
Тел.: (812) 325-36-17
Тел.: (812) 325-36-18
E-mail: r-tech@peterstar.ru

630083, Россия, Новосибирск
ул. Фабричная, 10, офис 40
Тел.: (3832) 12-00-77
E-mail: naf@matrix.nsk.su



ГАРТ: При этом нужно инвестировать в современное оборудование, новые лазеры и т. д.

И. М.: Причем не просто инвестировать, а инвестировать комплексно. В перечне оборудования, который приобрели наши конкуренты, отсутствуют, например, некоторые небольшие, но достаточно дорогие устройства, которые могут существенно поднять эффект от применения линейки оборудования в целом. Автоматизация идет все дальше и дальше, и в этой гонке выживут немногие.

ГАРТ: Да и сейчас сильных компаний на этом рынке не так немного.

И. М.: Пяток в Москве, четыре — в Питере. Можно этот список урезать до трех в Питере и четырех в Москве...

ГАРТ: Весь вопрос в спектре предоставляемых услуг. Есть, например, еще третья секция...

И. М.: Да, мы поставляем комплект оснастки, включающий секцию разделения. Такую услугу могут оказы-

**Если говорить
о развитии
нашей отрасли,
то в ближай-
шие годы
оно будет
связано
с уже известны-
ми сегодня
разработками
и техно-
логиями**

вать всего две компании в России. Хотя сегодня она себя не окупает — приходится держать высококвалифицированного сварщика. Но это вопрос времени, потому что

многие начинают понимать, что она необходима. У нас есть клиенты, которые сознательно и эффективно используют такую оснастку.

ГАРТ: А тема контрматриц уже закрыта? Их делают все?

И. М.: Да, этот продукт на рынке сегодня уже достаточно представлен. Все фирмы-производители худо-бедно фрезеруют их самостоятельно. В СПб есть компания, которая в этом году первой приобрела специальный станок, который способен фрезеровать как пертинакс, так и сталь. Сделаны серьезные инвестиции. А рынок стальных высекально-биговальных контрпластин сегодня, я бы сказал, микроскопический. Сознательно спрашивающих о новинке клиентов — меньше, чем пальцев на одной руке.

ГАРТ: Но, говорят, есть заказчики на комплекты из штампа на фанере и стальной контрматрицы?

И. М.: Наверное, лучше ответить на этот вопрос могут наши конкуренты. А мы всегда предлагаем клиенту поставку комплекта от Marbach — со штампом sandwich или duramar.

Этот рынок пока ограничивается оснасткой для сигаретной пачки. Ее производители знают, что это такое, потому что им этот продукт в комплекте приходит из Германии или Швейцарии. Попытки сделать что-то для косметики были, но о тренде пока говорить рано. Тем не менее, я думаю, что в течение ближайших трех лет тема станет актуальной.

ГАРТ: Иван, а вот если бы вы задумывались делать здесь и «сэндвичи» с «дурамарами», каковы были бы инвестиции в этот бизнес?

И. М.: Чтобы грубо освоить эту технологию, нужно несколько миллионов евро. Ближе к пяти. И надежные поставщики.

ГАРТ: Учитывая объемы потребления, окупится это производство лет через 20.

**ВОТ ТЕПЕРЬ
МОЖНО И...
ПООБЩАТЬСЯ!**

Новые форумы
на www.kursiv.ru

ГАРТ, digital
КУРСИВ
ПАКЕТ
ФЛЕКСО ПЛЮС
ФОРМАТ
а также: работа, куплю,
продам и пр.

**ЖДЕМ
В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ,
ПОСТАРАЕМСЯ
ВСТРЕТИТЬ
ЛИЧНО!**

И. М.: Если работать только на эту инвестицию, то да. Но нельзя забывать и о том, что все остальное тоже надо амортизировать.

ГАРТ: Но таким образом мы приходим в тупик, потому что развиваться некуда.

И. М.: Можно обращать внимание и на соседние рынки, но если говорить именно о развитии нашей отрасли, то в ближайшие годы оно будет связано с уже известными сегодня разработками и технологиями.

В Европе свои особенности. Например, там с 2008 г. на всех коробочках с лекарствами обязан быть шрифт Брайля. Слепых не так много. В Германии — около 15 тыс. Но это политика. Не буду скрывать, Marbach активно лоббировал закон о введении этого правила. Он владеет этой технологией, причем для серийного производства. Мы сегодня готовы ее взять. Аппарат для изготовления ответной части штампа стоит недешево, но в принципе, его может приобрести любой производитель оснастки для высечки. В зависимости от тиража, такая оснастка делается из разных материалов, начиная от пластиков. И это лишь один из примеров технологической политики, заглядывающей вперед.

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ПРОДАЖА • СЕРВИС

 KONICA MINOLTA

HEIDELBERG

 GLUNZ & JENSEN


wohlenberg


Böttcher
Systeme

 THERMAR

TECHKON

 BEIL
HERFABRIK
GERMANY

InitPress

(495)604-42-53, 988-27-30

www.initpress.ru

info@initpress.ru



Хрустальный Марзан 2007

Когда-то слово «марзан» обозначало совсем не то, что сейчас. Полиграфисты с солидным стажем, конечно, помнят пробельный элемент, который использовался при ручном наборе, а вот новое поколение, скорее, ответит, что это престижная награда, присуждаемая передовому оборудованию и

современным технологиям, представленным на российском рынке. Надо сказать, что с недавнего времени это еще и кличка кота, обитающего на правах сотрудника в офисе издательства «Курсив», но откормленное пушистое животное к этому материалу отношения не имеет.

Итак, «Хрустальный Марзан» — конкурс с богатой историей и своими традициями. Он проводится издательством «Курсив» с 1998 г. За это время не только дизайн приза, но и условия проведения не претерпевали серьезных изменений, если не считать добавление новых номинаций и рост числа участников. И в этом смысле нынешний год можно считать особенным. Оргкомитет конкурса принял решение о том, что победителей во всех номинациях будет определять жюри, состоящее исключительно из представителей типографий. Точнее, ведущих российских полиграфических предприятий.

Напомним, что «Жюри профессионалов» работало в составе конкурса и раньше, но могло отмечать своим призом лишь одну компанию. Теперь же ответственность, возложенная на профессионалов, много-

кратно возросла. К счастью, это никого из них не смутило, и к назначенному часу в конференц-зале издательства «Курсив» собрались представители типографий «Август Борг», «Алмаз-Пресс», «Альфа-Дизайн», «Борус», «Вива-Стар», «КОЛЕВ», «Линия График», «Локус-Станди», «Молопак», «Пушкинская Площадь», «СПОТ», «Триада Лтд», 24print и Pol.S.TAR.

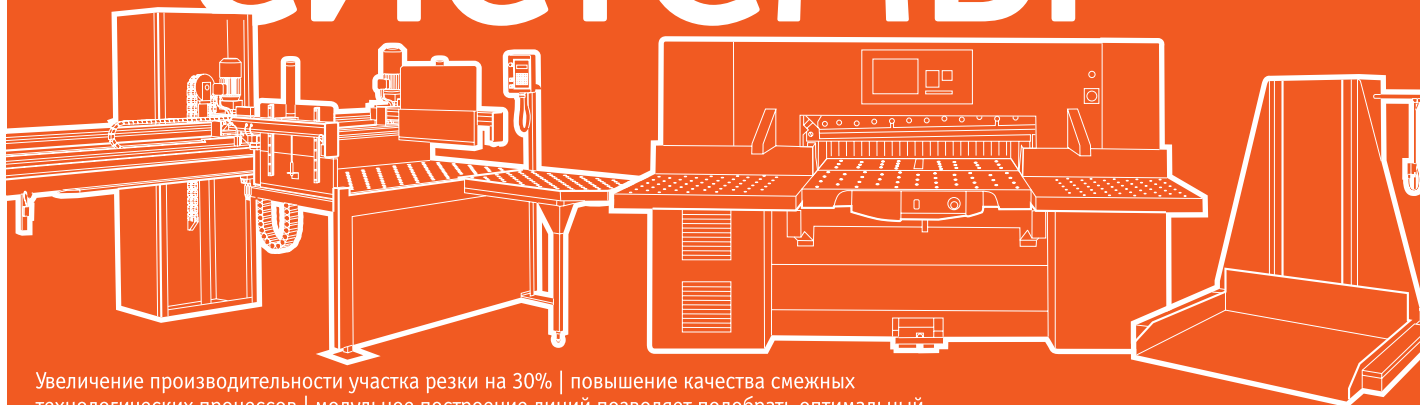
Обсуждение прошло в дружеской обстановке, но не без полемики. Если относительно призеров некоторых номинаций мнение было практически единогласным, то где-то дело доходило и до споров, разрешать которые приходилось путем открытого голосования.

На момент сдачи номера в печать итоги «Хрустального Марзана 2007» уже подведены, а победители получили свои награды. Подробности — в следующем номере.



Baumann wohlenberg

Резальные системы ВЫСОКОГО УРОВНЯ



Увеличение производительности участка резки на 30% | повышение качества смежных технологических процессов | модульное построение линий позволяет подобрать оптимальный вариант для каждого предприятия | подсчет листов и контроль объемов продукции в режиме on-line | более 1000 инсталляций в мире

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»

www.nissa-centre.ru

Москва (495) 956-7719

Санкт-Петербург (812) 320-1420/22

Екатеринбург (343) 216-6906

Новосибирск (383) 227-7171

Ростов-на-Дону (863) 255-1248

Киев (38044) 490-3460

Алматы (327) 298-0298



Макроскопия

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ Локальный кризис

МАКРО — первая часть
сложных слов,
пишется слитно
(Орфографический словарь)

Макроэкономика — самая сложная часть экономической науки. Скорее, видимо, ученые изобретут вечный двигатель или докажут большую теорему Ферма, чем разберутся во всех законах развития финансовой системы. Даже в странах, финансовым системам которых уже сотни лет, тоже столкнулись с проблемой упавшего после ипотечного кризиса доллара. Дергают за одну «макроверевочку», что-то происходит, но через некоторое время и не совсем то, что нужно. А навалилось на них все сразу.

Посмотрел я в телевизор во время вынужденного безделья и ничего не понял: либо нас держат за полных идиотов и кормят сказками, либо люди, которые в государстве этим макропрограммированием занимаются, сами не понимают, что творят. Правильный, скорее всего, третий вариант. Слишком много людей этим занимается. Причем все участники процесса, как в той басне, тянут в свою сторону. Буквально, собрали фотомодель, шеф-повара и

строительного мастера и предложили решить проблему создания нового лекарства от гриппа.

Буханка черного стоит теперь не 11, а 15 руб. Этому легко найти «макрообъяснение». Внешнеэкономическая конъюнктура для страны сложилась очень хорошая, поэтому гражданам так плохо

Да, есть в стране рост ВВП (по крайней мере, по отчетам Росстата), **но**, в соответствии с ними же, инфляция растет быстрее. **Да**, рубль укрепили по отношению к доллару, **но** нефтяники и остальные экспортеры природных ресурсов уже выражают свое недовольство, как в 1998 г. **Да**, пообещали проиндексировать пенсии и зарплаты, **но** цены уже выросли существенно больше.

Я тут с удивлением обнаружил, что буханка черного стоит теперь не 11, а 15 руб. Но этому-то легко найти «макрообъяснение». Неурожай зерна на Западе, а у нас все в порядке. Гоним мно-

го на экспорт, вот и поднялись внутренние цены. Как и с бензином. Нефть дорожает, а почему бензин не должен? Вот и получается, что внешнеэкономическая конъюнктура для страны сложилась очень хорошая, поэтому гражданам так плохо. Одно из министерств со словом «экономика» в названии, спохватившись, внесло в правительство предложение: вместо введения грабительских экспортных пошлин просто запретить экспорт зерна и некоторых других продуктов. Скоро, видимо, вернутся времена продрозверстки.

При том, что наша отрасль к пищевой промышленности имеет не самое прямое отношение, все равно обидно, что цены на полиграфическую продукцию не растут пропорционально ценам на продукты или бензин. Нужно, видимо, как-то повлиять на них «макрособом». Пока этот способ еще не придуман, но когда руки у кого-нибудь из вышеназванной тройки дойдут до полиграфии — будьте спокойны, он найдется. Только типографиям от этого лучше не станет.



МОСКВА...

Самый «макродорогой» город мира, хотя официальные лица и пытаются этот факт отрицать. Разговариваешь с полиграфистами, и уже давно не удивляешься. Кто-то успел приобрести здание в собственность еще в те годы, когда это реально было сделать, кто-то нашел аренду по нормальной цене. Но все это временные меры. Приобретенное здание в конце концов становится мало для типографии или его многократно более выгодно становится сдавать в аренду, а типографию — типографию вывозить за МКАД. С хорошей ценой на аренду тоже далеко не все просто. Арендодатели стали умными, и

СИМВОЛ УДАЧИ

福

У Д А Ч А

ПОЕТ ТЕТИВА
СЕРДЦЕ ЛЕТИТ ЗА СТРЕЛОЙ
ЗДРАВСТВУЙ, УДАЧА

FFEI LUXEL V8 HS

Самое высокоскоростное устройство СТР с оптической системой High Speed и быстрой автоматической загрузкой-выгрузкой. Оптимально для применения в типографиях, выпускающих смешанную продукцию, включая высококачественную коммерческую, книжно-журнальную и газетную



www.yam.ru

FUJIFILM

Японская корпорация, мировой лидер в разработке технологий, производстве оборудования и расходных материалов для полиграфической промышленности

YAM
YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕА: (495) 234 9000, 332 6420
E-mail: info@yam.ru

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕА: (812) 710 8097

НОВОСИБИРСК, ТЕА: (383) 22 77 007

ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕА: (343) 234 4493

КИЕВ, ТЕА: (38 044) 286 7700

МИНСК, ТЕА: (37 517) 287 2970

АЛМАТЫ, ТЕА: (327) 267 3203

предлагают типографиям привлекательные начальные цены — чтобы крючок заглотили, оборудование установили. А потом, ссылаясь на самые разные причины, стоимость аренды начинают повышать. Глядишь, из привлекательной она становится сначала обычной, а потом и еще выше. И прямые договоры аренды могут не спасти. И о таких случаях рассказывали.

А «макроразплаты» специалистов в Москве? Правда, в ближнем Подмоскowie они не особо отличаются. За исключением, наверное, труда «ручников». Квалифицированные специалисты привыкли ездить в Москву и получать московские зарплаты. Особенно это удобно при работе по сменному графику.

Разговоры об избытке производственных мощностей в полиграфии идут давно. Тем не менее, поставщики оборудования продолжают что-то продавать.

ОБРАТИМСЯ К КНИГЕ

Второе прочтение книги со скромным названием «Экономика» новых идей не принесло. Вообще, на нашем книжном рынке все спокойно. По данным Российской книжной палаты, ведущие

издатели продолжают удерживать лидирующие позиции. Самым крупным по общему тиражу книг остается «Эксмо» (70 млн шт. в год, по оценкам книжной палаты). Отрыв от идущего на втором месте «АСТ» составит в 2007 г. более 20 млн экз. Но мы о полиграфии. Известно, что «Эксмо» принадлежит «Тверской полиграфкомбинат» — одно из крупнейших российских книжных производств. По нашим данным, издательство участвует в проектах еще нескольких книжных типографий.

Российские книжные производства жили до недавнего времени достаточно спокойно. Поставщики оборудования уже фактически поставили на них крест. Типа, денег у них все равно нет, что время тратить. Рынок, конечно, меняется, за последние годы его покинули несколько крупных игроков: «Экспериментальная», «Иван Федоров», «Красный Пролетарий» (в хронологическом порядке). Причины банальны: географическое расположение предприятий и полный провал по ценам на производство книг. Список этими именами не ограничивается, можно наискладку перечислить еще

несколько, и мы скоро услышим о новых потерях в рядах бывших флагманских предприятий.

Российские книжные производства жили до недавнего времени достаточно спокойно. Поставщики оборудования уже фактически поставили на них крест

Конечно, на книжном рынке начинают потихоньку работать и обычные коммерческие типографии, приобретая автоматизированные книжные линии, но их рынок — высококачественная малотиражная цветная книга, а никак не миллионы книг в месяц.

Все было тихо, пока не случился синдром 60 миллионов. Не книг, а долларов. Крупнейшие поставщики вздрагивали, когда при них просто упоминалось число шестьдесят.



МАКРОВОЗДЕЙСТВИЕ

В конце ноября стало известно о том, что одна из издательских групп — «Аттикус Паблишинг» — в первую десятку издателей не входящая, предполагает инвестировать более 60 млн долл. в создание нового современного книжного производства. Предполагается, что типография начнет работать в 2009 г. и не где-нибудь, а в российском книжном «макроцентре» — городе Тверь, где и так уже находятся два крупнейших книжных производства: «Полиграфкомбинат» и «Полиграфкомбинат детской литературы». Выбор площадки представляется разумным. От Москвы достаточно далеко, но понятно, где искать кадры, а поддержкой администрации инвесторы, вроде, заручились... Вопрос, конечно, нужны ли сегодня рынку такие мощности? А они состав-

**Поздравляем
с наступающим
Новым годом и
Рождеством Христовым!**

*Желаем благополучия,
стабильности и процветания,*

ЛИТЭК
РЫБИНСКИЙ ЗАВОД ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАШИН
ООО «ЛИТЭК»

152900, Ярославская обл., г. Рыбинск, ул. Луговая, 7
Тел/факс: (4855) 26-45-47, 26-77-22 www.litex.biz

НОВОЕ И ВОССТАНОВЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ОФСЕТНЫХ ТИПОГРАФИЙ

поставка и сервис



Лев Орлов

Генеральный директор
компании «Апостроф»



ВСЕОЧЕНЬ ПРОСТО

УДОБНО

У нас большой опыт, лучшие специалисты и широчайший выбор оборудования от Европы до Китая

БЫСТРО

Всегда несколько машин на складе в Москве • Наш представитель в Европе быстро подберет б/у машину

НАДЕЖНО

Наш сервис: восстановит выбранную машину • проведет предпродажную подготовку и пусконаладку
даст гарантию от 3 до 12 месяцев • обеспечит поддержку и послегарантийное обслуживание

ВЫГОДНО

За нами — ресурсы крупнейшего в России полиграфического холдинга.
Мы предлагаем оптимальные финансовые условия, включая кредит, лизинг и trade-in.

вят 50 млн книг в год, приблизительно пополам делящиеся на книги в переплете и брошюры в мягкой обложке. С одной стороны — это большой объем, который существенно превосходит суммарный объем издательств, входящих в группу. С другой стороны, лидером это производство может стать только благодаря современному оборудованию. Есть и сегодня в России книжные производства, имеющие достаточно близкие объемы. Здесь надо почувствовать разницу между сочетаниями «производственные мощности» и «объемы производства». Есть еще одна тонкость в книжном производстве: качество книг существенно зависит не только от оборудования, но и от человеческого фактора.

Тем не менее, 10% российского рынка производства книг, который по оценке авторов проекта будет принадлежать новой типографии — это довольно много. Достаточно свериться со статистикой Книжной палаты, чтобы понять, что доля новой типографии оказывается даже больше. Но если «Эксмо» может

иметь долю более 10% книгоиздательского рынка, то

Идея, на первый взгляд, утопическая, если только владелец не собирается выстроить структуру с полным циклом, чтобы потом ее продать

почему типография, построенная конкурентом, не может сразу стать лидером на рынке производства книг? Может получится реальное макровоздействие на рынок. Идея, на первый взгляд, утопическая, если только владелец «Аттикус Пабблишинг» не собирается выстроить структуру с полным циклом: издание, производство и реализация книг, чтобы потом ее продать за существенно большие деньги.



SEGUNDA PARTE Macroscopy

MACRO — в сложных словах означает большой; необыкновенно большого размера; длинный

(Новый англо-русский словарь)

Что нужно вообще типографии для того, чтобы работать спокойно и прибыльно? Та же самая благоприятная «макроситуация». Благоприятная и стабильная — не такая, как сегодня. Куда только ни переезжают типографии из Москвы, стараясь все-таки оставаться более

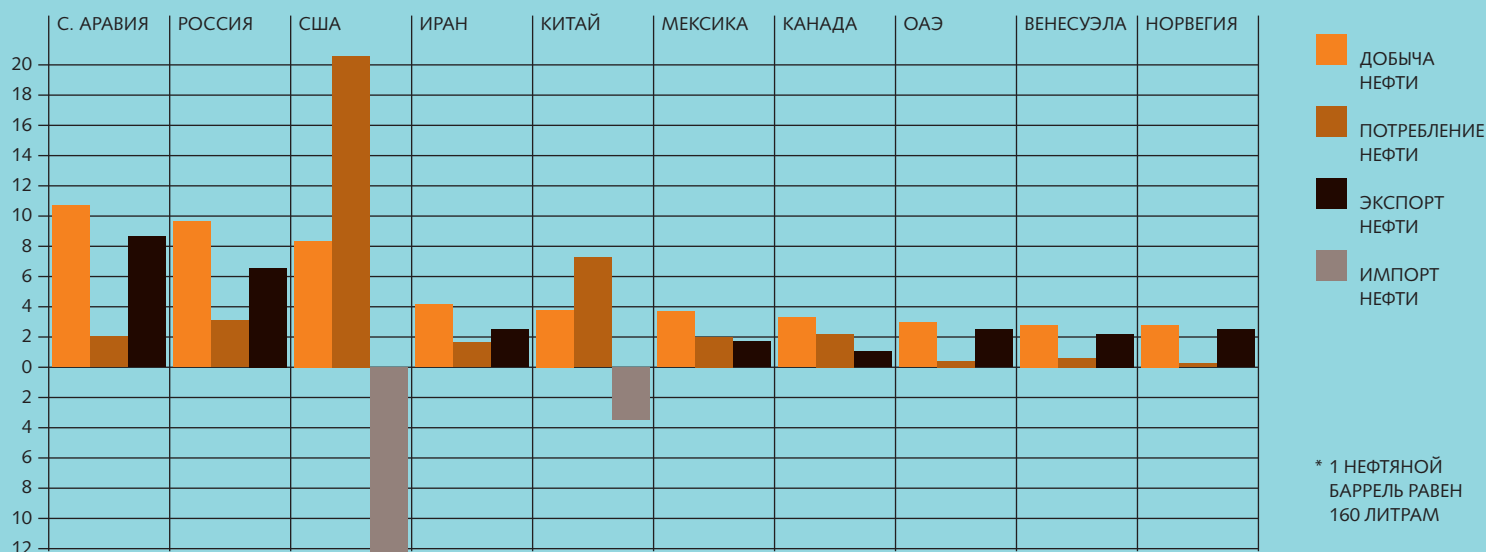
или менее легкодостижимыми, что при сегодняшней дорожной ситуации в Москве и на основных магистралях Подмосковья практически невозможно. Прогнозы по дорожной обстановке малоутешительны. Со временем все станет только хуже. Экономисты тоже предполагают самые разные варианты развития событий, но хорошего почему-то ничего не предвидится.

И что мы прицепились к этой Москве? Есть такая утопическая идея — свалить не просто из города...

Короче, всем на выход, без паники, соблюдайте очередность, пропускайте вперед женщин и... Нет, стоп! Не так сразу. Обратимся сначала к макропоказателям потенциальных плацдармов для развития российской полиграфии в эмиграции.



ПОКАЗАТЕЛИ КРУПНЕЙШИХ НЕФТЕДОБЫВАЮЩИХ СТРАН В 2006 г.
(млн баррелей*/день)



ИСТОЧНИК: INTERNATIONAL PETROLEUM MONTHLY

НЕФТЬ

Сейчас все скажут: вот, опять про нефть заладил... При чем здесь нефть? Она теперь при всем. Кроме того, это еще и интересно — взглянуть на список основных добывающих стран.

На сегодня наличие или отсутствие собственных нефтяных запасов в стране, видимо, может характеризовать государство как с положительной, так и с отрицательной стороны. Интересен, прежде всего, баланс добыча/экспорт.

Что удивительно. В Китае нефть есть. На всех ее, правда, не хватает. Россия готова стать экспортером нефти

номер один. Проблема в том, что запасов черного золота у нас в четыре раза меньше, чем у сегодняшнего лидера — Саудовской Аравии. Если добывать в сегодняшнем ритме, то нефть в России кончится через... 6206 дней или 17,5 лет. Вот так получается. И с нулями, вроде, не напугал.

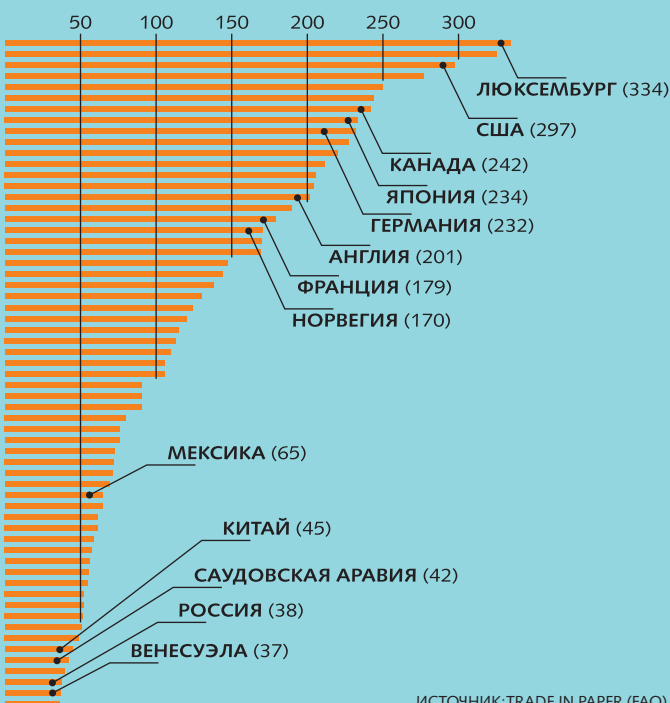
БУМАГА

Вернемся к околополиграфической теме и обратимся к известному всем макропоказателю: потреблению бумаги на человека в год. Мы должны сразу понимать, что это потребление включает и туалетную, и все другие виды бумаг — не только те, на которых печатают офсетом.

Данные о потреблении в изобилии встречаются в интернете, но иногда разнятся. Мы взяли официальную статистику ООН, но и это, увы, не гарантирует точности. Хотя потребление 38 кг на человека в год — для России



ПОТРЕБЛЕНИЕ БУМАГИ ПО СТРАНАМ В 2005 г.
(кг/человека в год)



ИСТОЧНИК: TRADE IN PAPER (FAO)

ЕСТЕСТВЕННОСТЬ ФОРМЫ



AGFA



ОФСЕТНЫЕ ПЛАСТИНЫ

Термальные **СТР** пластины **LT-2, P970**

Фиолетовые **СТР** пластины **N91V**

Беспроцессорные пластины **Amigo**

Аналоговые позитивные пластины **Matrix**

Аналоговые негативные пластины **Zenith N555**

Широкий ассортимент вспомогательных материалов
для изготовления печатных форм
и оптимального ведения печатного процесса



www.realine.ru

МОСКВА

ул. Красноказарменная, 17а
офис 608
тел.: (495) 787-59-05
факс: (495) 918-08-20
e-mail: sales@realine.ru

ЕКАТЕРИНБУРГ

ул. Ленина, д. 49, офис 74
тел./факс: (343) 355-15-12
e-mail: realine_ural@mail.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ул. Заставская, 14А
тел.: (812) 495-67-97
факс: (812) 495-67-97
e-mail: sale@realine-piter.spb.ru

РОСТОВ-НА-ДОНУ

ул. 1-я Майская, д. 10, офис 1
тел.: (863) 250-45-31
факс: (863) 291-47-95
e-mail: realinedon@aanet.ru

цифра, вполне похожая на правду. При ежегодном объеме производства порядка 7 млн т бумаги и картона (из которых существенная доля идет на экспорт) и импорте около 1 млн т различных бумаг и бумажной продукции, общее российское потребление составляет около 5,5 млн т.

Проблема в том, как нам использовать этот показатель. Если даже Китай нас обгоняет, то можно пред-

положить, что российское потребление должно расти. Но мы находимся в ожидании этого роста уже много лет. Может ждем поезда, который здесь не ходит?

ИТАК, КУДА ПОЕДЕМ?

В Европу почему-то не хочется. Ну, есть там места, где можно что-то попробовать организовать, но им самим совсем плохо. Тут еще русские приедут, типографию построят... Нет, отпадает. Остаются Штаты, как крупнейший рынок полиграфических услуг. Но, при всей аполитичности автора, в США тоже не хочется. Достаточно взглянуть на структуру импорта американцами готовой полиграфической продукции, чтобы увидеть, что тут есть разные варианты. Интересно, что даже Великобритания остается в пятерке крупнейших экспортеров в США.

Исходя из этого мы попробовали проработать два варианта.

ВАРИАНТ «СЕВЕР»

Это не Тверь, а Канада, где вся полиграфическая промышленность фактически

сконцентрирована в двух провинциях. Объем производства в 2001 г. составлял более 10 млрд американских долларов. Как раз те самые 100 тыс. на одного сотрудника (общая численность занятых — 98 тыс.)

Вроде все красиво, но: в Канаде, как известно, имеет хождение канадский доллар. Его курс по отношению к американскому в 2001 г. составлял менее 0,65 (то есть 65 американских центов за 100 канадских). С существенным ростом евро канадский доллар вырос до 1,09. Это привело к достаточно грустным последствиям. Конкретно полиграфическая отрасль испытывает серьезные трудности, канадский рынок насыщается продукцией из США, и конкурировать с американскими местными типографиями и производителями бумаги не могут. Так что на сегодня северный вариант мы отбрасываем.

ВАРИАНТ «ЮГ»

Это Мексика. Он похож на вполне подходящий. Страна, изначально ориентированная на экспорт. Основ-

ная статья доходов — продукция сельского хозяйства. Есть нефть, излишки которой экспортируются в США. Вообще, более 90% экспорта этой страны приходится на северного соседа. Курс местного песо к доллару — стабилен и не зависит от колебаний доллар/евро.

Полиграфическая промышленность, судя по многим численным обзорам, находится в упадке, как и у нас. Вроде, квалифицированных кадров нет, современное оборудование — редкость. А вот потребление бумаги — больше. И если новая русская типография сможет «откусить» всего два процента из экспорта мексиканской печатной продукции в США и еще столько же сделает на внутреннем рынке, то получится оборот 20 млн долл. в год.

P. S. Я надеюсь, все поняли, что это была шутка.

P. P. S. Для тех, кто не понял — лететь на разведку лучше всего «Дельтой» до Мехико с пересадкой в Нью-Йорке :-)

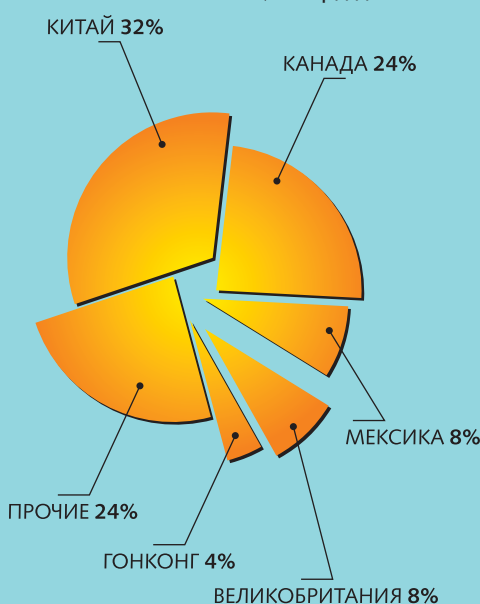
НАДО БОЛЬШЕ...

Мы заинтересовались объемом потребления в России того, что называется у производителей одним словом — Tissue. Это туалетная бумага, разовые полотенца и носовые платки. А вдруг этого много? Недолгое исследование интернета дало неожиданный результат. Руководитель российского представительства шведской компании — одной из крупнейших в мире производителей всего этого — рассказал год назад о строительстве нового завода в тульской области, а также о перспективах российского рынка tissue-продуктов. Оказывается, среднее потребление туалетной бумаги в нашей стране составляет всего от 1,5 до 2 кг на человека в год. В то время как в Европе оно превышает 10 кг, а в США доходит до 20.

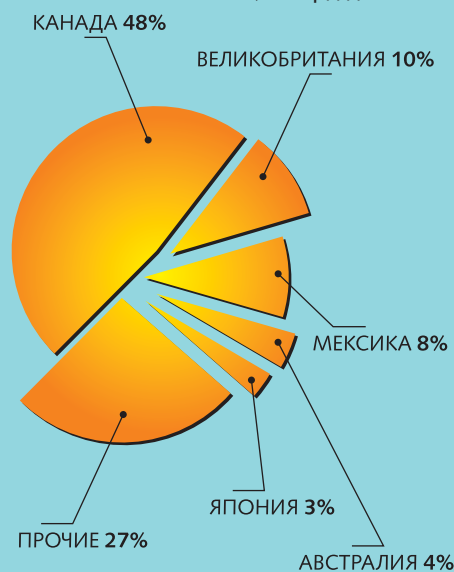
Вот так. Мало значит мы... потребляем.

США: СТРУКТУРА ИМПОРТА/ЭКСПОРТА ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ (2006 г. Общий объем рынка 92,3 млрд долл.)

ИМПОРТ ИЗ СТРАН (5,8 млрд долл.)



ЭКСПОРТ В СТРАНЫ (6,1 млрд долл.)



ИСТОЧНИК: RESEARCH AND MARKETS

КБА Рапида 205 – новинка в супербольшом формате



Больше опций с XXL^{plus}

Супергиганты от КБА вызывают огромный интерес у производителей плакатов и большеформатной упаковки. Но Рапида 205 (формат 151x205 см) и Рапида 185 (формат 130x185 см) открывают новые возможности и перед производителями книг и упаковки. Это достигается благодаря интегрированному устройству продольной резки ICS, которое разделяет огромный лист на листы необходимого формата и образует точный стапель для послепечатной обработки. Рапида 205 также открывает простор возможностей в печати суперпостеров для наружной рекламы. Для печати классических плакатов идеально подходит Рапида 185. При этом обе машины по уровню автоматизации и комфорту обслуживания не уступают машинам среднего формата. Лакирувальная секция, перфорационная секция и многие другие преимущества - все, как у всемирно известных машин большого формата от КБА.

Хотите подробностей? Просто позвоните нам.

ООО «КБА РУС»: 119313 Москва, Ленинский проспект, 95а
тел.: (495) 132-59-55, 937-50-53, факс: 937-52-45
e-mail: kba@kba-print.ru Internet: www.kba-print.ru

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге: тел.: (812) 320-93-15, 325-12-80
факс: (812) 325-19-17, e-mail: spb@kba-print.ru

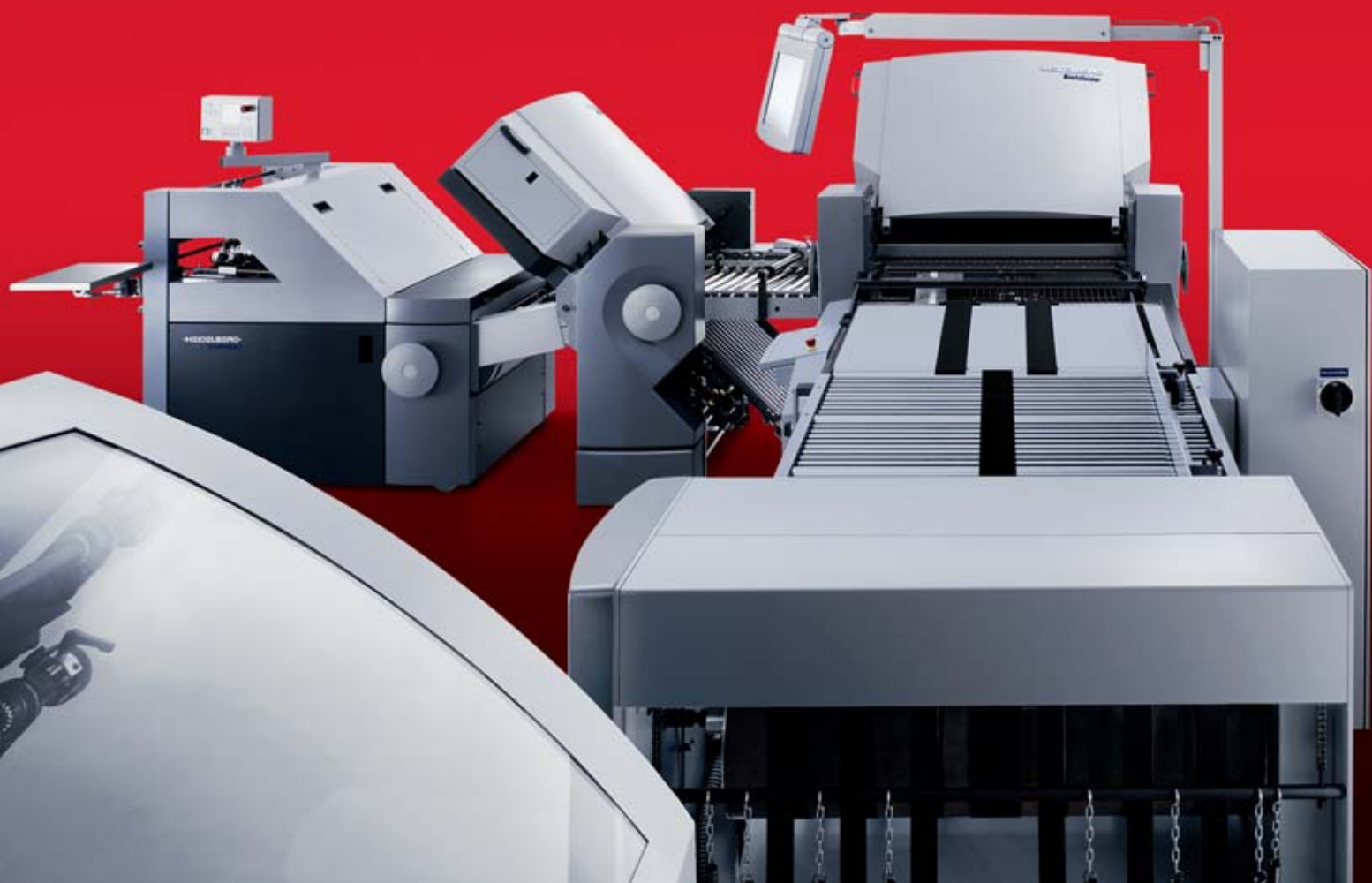
Представительство в Сибири:
(383) 218-14-66, 8-913-202-5537, e-mail: gavrilchik@kba-print.ru



KBA

Koenig & Bauer AG

HEI TECH



Есть только одна компания, которая уже более 150 лет прочно ассоциируется с самыми высокими требованиями в полиграфии: Heidelberg.
Фальцевальная машина Stahlfolder TH/KN – один из ярких примеров нашего технологического лидерства. www.heidelberg.ru

ООО «Гейдельберг-СНГ» Центральный офис
127550 Москва, ул. Прянишникова, 2А. Тел.: +7 495 775 80 20 Факс: +7 495 775 80 22
E-mail: HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru

HEIDELBERG