

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 12 (66) | ДЕКАБРЬ 2005

**СЕДЬМОЙ
ХРУСТАЛЬНЫЙ**

с. 14



БУМАГА

В НОМЕРЕ:

НАПРАВЛЕНИЕ ДРЕЙФА АЙСБЕРГОВ	3
САМОКЛЕЯЩИЕСЯ МАТЕРИАЛЫ	8
НОВОЕ РУКОВОДСТВО КБА РУС	10
ДЕЛА БУМАЖНЫЕ	12
СЕДЬМОЙ ХРУСТАЛЬНЫЙ	18
ПРИЗЫ ПРОФЕССИОНАЛОВ	22

Хочу переделать надпись на обложке в «Новости рекламодателей, нерегулярно, но компетентно»

А. Романов (с. 3)

Сегодня в каждом российском городе-миллионнике есть минимум одна типография, занимающаяся самоклеящейся этикеткой

Д. Стречин (с. 8)

Конкуренция между типографиями очень высока, и печатная машина не должна простаивать больше, чем несколько часов

С. Стрельчик (с. 11)



Татьяна Александровна МОСИНА
«Александр Браун»
Генеральный директор

ГАРТ: Татьяна, стандартный вопрос: как идут дела в этом году?

Т. М.: Для нас год оказался успешным. Есть рост продаж на 20–25%.

ГАРТ: Значит, локаут вас не коснулся?

Т. М.: Локаут сильно ударил по поставщикам именно финской мелованной бумаги и картона. В нашей компании картон — направление, которое только начинает развиваться.

Произведенные в Финляндии бумаги занимают не самую значительную долю, но, тем не менее, события, связанные с локаутом, нас тоже коснулись. Правда, не в мае, а в августе, когда увеличились сроки производства бумаги в Германии в связи с изменившейся ситуацией. Оптовики, которые работали только с финскими фабриками, пострадали, видимо, сильнее.

ГАРТ: А какие бумаги вы поставляете?
(Продолжение на с. 6)



Лииса СТРЕМ
М-реал
Интернешнл
Менеджер по продажам

ГАРТ: Лииса, в 2005 г. было много событий, которые могли не лучшим образом сказаться на объемах продаж импортных бумаг на российском рынке. Как Вы оцениваете его результаты?

Л. С.: Год пока еще не закончился, но я полагаю, что, несмотря на локаут, наши продажи бумаги на российском рынке вырастут.

ГАРТ: По оценкам некоторых экспертов рынка, к 2007 г. потребление легкомелованных рулонных бумаг в России достигнет 300 тыс. т. Мы с такой оценкой не совсем согласны, а Вы?

Л. С.: В предыдущие годы рост потребления этих бумаг был очень высоким. Доходил до 30%, но, по моим оценкам, потребление легкомелованной рулонной бумаги в 2005 г. вырастет не так сильно, на 20–25%, и составит максимум 120 тыс. т.

(Продолжение на с. 4)



TRUE LIFE! ON UPM FINESSE.

То, что может оказаться скучным и невдохновляющим на одной бумаге, может выглядеть неотразимо свежо и аппетитно на другой.

Попробуйте UPM Finesse - высококлассную бумагу с неизменно идеальной поверхностью, дающую изумительно натуральные и реалистичные результаты печати. Проще говоря, результаты печати, отражающие правду жизни!

Издание напечатано на бумаге

UPM *finesse*



Официальный Генеральный дистрибьютор UPM Finesse в России

Москва (095) 729-5464; Санкт-Петербург (812) 325-5121; Екатеринбург (343) 377-7393; Казань (8432) 18-5454;
Нижегород (8312) 69-3728; Новосибирск (3832) 27-6684; Самара (8462) 70-7510

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**Адрес редакции:**

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

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (495) 725 6001, 950 5324**Подписано в печать:** 10.01.2006**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553

Заказ № 190

Печать офсетная. Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2005

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

**НАПРАВЛЕНИЕ
ДРЕЙФА АЙСБЕРГОВ**

Хотелось бы поздравить читателей с наступившим уже давно Новым Годом. Мы как всегда опоздали. Кто бы знал, как меня достал этот издательский бизнес. Скоро шесть лет без отпусков и почти без выходных. Истерики обидчивых рекламодателей и обиды тех, кто рекламу не размещает, но хотел бы увидеть упоминание о себе на наших страницах. Все надоело. Надо, видимо, все-таки в отпуск разок сходить. Но из-за того, что мы и так хронически опаздываем, эта задача становится трудно-выполнимой, хотя коллеги настойчиво рекомендуют мне над ее решением поработать.

Что касается журнала, то в наступившем уже 2006 г. у нас традиционно ничего не изменится. Ничего. Хотелось бы напомнить, что ГАРТ — журнал для тех, кто работает в полиграфической отрасли. Он абсолютно необъективен. Публикует только информацию рекламодателей, а Нет Рекламы — значит Нет Информации. Принцип такой: НРНИ. Давно хочу переделать надпись на первой полосе в «Новости рекламодателей, нерегулярно, но компетентно». Нет, новости-то соответствуют таймингу, но сам ГАРТ выходит несколько нерегулярно, запаздывая иногда на несколько недель.

Да и вообще, наличие у главного редактора навыков работы в Excel практически превратило журнал в аналитический. Можем построить диаграмму изменения направления дрейфа айсбергов в Северном Ледовитом Океане в зависимости от роста импорта мелованной бумаги в Россию. В этом номере статья про «Дела бумажные» получила несколько резковатой по отношению к производителям мелованных бумаг, да и некоторые российские оптовики могут расценить ее неоднозначно. Несколько попыток исправить ее успехом не увенчались, к сожалению. На самом деле, это правда, ныряя главным редактором на бескрайних просторах Всемирной Паутины.

Но мы готовы заранее принести извинения тем, кто обидится. Даже опубликовать опровержения, правда, нельзя забывать про НРНИ. Ну, если только отдельные айсберги не начнут дрейфовать вопреки предсказаниям, высказанным в годовых и других отчетах производителей бумаг и картонов, которыми завален весь desktop моего офисного компьютера. Тогда можно поговорить.

Можно, конечно сделать ГАРТ более регулярным, но не менее компетентным, правда, интересные новости в нашей отрасли возникают совсем нерегулярно. Самые продвинутые американские и европейские сайты, присылающие до десяти ежедневных новостей мировой полиграфии, добивают контент унылой информацией о назначениях в тамошних компаниях, установкой новой офсетной печатной машины где-нибудь в штате Вашингтон или линии для скрепления брошюр где-то еще. Сегодня для всех намного более интересно, купит «ПромСвязьКапитал» типографию «Экстра М» или нет. Скорее всего, купит. И это окажет намного большее влияние на направление дрейфа айсбергов в нашем родном беспокойном океане.

**Андрей Романов,
главный редактор****ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ ГАРТ****ЯНВАРЬ 2006:
ЗАКАЗЧИКИ****ФЕВРАЛЬ 2006:
ТЕХНОЛОГИИ СТР****МАРТ 2006:
ЭТИКЕТКА****АПРЕЛЬ 2006:
ДИЗАЙН И БИЗНЕС**Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»Бумага мелованная матовая
UPM Finesse silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Лииса СТРЕМ

(Продолжение. Начало на с. 1)

ГАРТ: То есть в 2004 г. этот объем был 95–100 тыс. т., о чем и говорили опубликованные в ГАРТ 03–05 оценки фирмы «Берег», а совсем не 120, как оценивают рынок некоторые другие?

Л. С.: Да. В прошлом году объем импорта рулонной легкомелованной бумаги не превысил 100 тыс. т. Что касается листовых мелованных бумаг, то объем их импорта в Россию в 2004 г. составил около 110 тыс. т. По прогнозам потребление этих бумаг вырастет в 2005 г. на 15–20%.

ГАРТ: Но в связи с локаутами оптовиков, видимо, переориентировались на других европейских производителей?

Л. С.: Я не могу сказать, что произошли какие-то резкие изменения. У M-real, как и у других финских концернов, есть свои производства бумаги не только в Финляндии, но и в Германии и Австрии, и мы продолжаем сотрудничество с российскими оптовиками. Главный наш партнер — компания «Комус», которая является основным поставщиком на российский рынок листовых бумаг производства M-real. Это бумага Galerie Art.

ГАРТ: Основные ваши прямые клиенты — «Алмаз

Пресс», «Пушкинская площадь» и другие крупные журнальные типографии?

Л. С.: Да, рулонные легкомелованные бумаги продаются обычно напрямую. Есть еще издательские дома, которые тоже работают с нами.

ГАРТ: В связи с дефицитом качественной российской газетной бумаги вы не планируете заняться еще и поставками этих бумаг?

Л. С.: Мы можем поставлять газетную бумагу нашего партнера — Myllykoski, но стоимость доставки грузовым автотранспортом газетной бумаги из Германии в Москву стоит около 120 евро за тонну. Мне кажется, что импортная газетная бумага в этом случае будет совершенно неконкурентоспособна по цене с российской. Логистика — главная проблема, но мы рассматриваем варианты, которые позволят нам ее решить.

ГАРТ: Видимо, много продается и рулонного картона для производства сигаретных пачек?

Л. С.: Много. Россия — курящая страна, и объем производства сигаретной упаковки растет.

ГАРТ: То есть бизнес у компании M-real в России хороший? Судя по годовому отчету концерна, наша страна находится на 14-м месте среди потребителей бумаг и

картонов M-real. Объем продаж в 2004 г. составил почти 95 млн евро.

Л. С.: Да, бизнес хороший, российский рынок очень важен для M-real.

ГАРТ: Лииса, в Европе спрос на бумагу растет, в России цены на бумагу будут повышаться?

Л. С.: Спрос в Европе начал расти на 4–5% в год. Что касается цен, то с начала 2006 г. на рулонные легкомелованные бумаги они повысятся. Про листовые бумаги пока еще нельзя сказать ничего определенного. Все зависит от конъюнктуры на европейском рынке. Если там цены повысятся, то и в России они вырастут тоже.

ГАРТ: Как вы оцениваете перспективы российского рынка мелованной бумаги?

Л. С.: Мы считаем, что российский рынок продолжит свое развитие. Перспективы роста для финских производителей зависят от того, когда в России появится собственное производство высококачественной мелованной бумаги.

ГАРТ: Но сами финские производители бумаги не хотят строить свои производства в России. Видимо, им это не выгодно, ведь недалеко от нашей границы есть фабрики в Финляндии?

Л. С.: Я не имею полной информации, но полагаю, что

финские производители бумаги очень осторожно подходят к развитию своего бизнеса в России. По крайней мере это относится к нашему концерну. Есть очень много факторов, которые могут оказывать на это влияние.

ГАРТ: «Осторожные» в том смысле, что можно покупать здесь лес, производить целлюлозу, но не заниматься глубокой переработкой сырья? То есть не инвестировать в производство бумаги?

Л. С.: Мне кажется, что ситуация будет развиваться постепенно. Например, владеющая M-real компания Metsaliitto строит в России недалеко от СПб производство целлюлозы. Это первый шаг, который позволит создать полный цикл производства высококачественной бумаги.

ГАРТ: Ходят упорные слухи о том, что в ближайшее время в России все-таки будет построено производство мелованной бумаги. Самые последние из них — крупнейшие немецкие издатели объединились для того, чтобы реализовать этот проект?

Л. С.: Слухов много. Есть и о том, что предполагаются китайские инвестиции. Мне кажется, что идея создания в России ЦБК по производству легкомелованной бумаги уже является вполне акту-

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

Если Вы не получаете ГАРТ и ГАРТ digital, но хотели бы получать их регулярно — заполните и пришлите в редакцию по факсу или по почте эту анкету. Аналогичную анкету можно заполнить в Интернете на сайте www.gart.ru

Ваша фирма — это:

- Коммерческая типография
- Газетная типография
- Книжная типография
- Журнальная типография
- Предприятие флексографской печати
- Репроцентр, препресс-бюро
- Рекламное агентство
- Поставщик материалов или оборудования
- Издательство

прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

альной. Но если его создать сегодня, то объем продукции комбината превысит потребности российских типографий. Ее придется экспортировать и, скорее всего, в

Мне кажется, что идея создания в России ЦБК по производству легко-мелованной бумаги уже является вполне актуальной. Но если его создать сегодня, то объем продукции комбината превысит потребности российских типографий. Ее придется экспортировать и, скорее всего, в Европу, где есть стабильный спрос на такую бумагу

Европу, где есть стабильный спрос на такую бумагу. В короткие сроки загрузить большую бумагоделательную машину только российскими заказами нельзя.

ГАРТ: Но, с другой стороны, тот, кто первым поставит бумагоделательную машину в России, снимет все сливки. Ведь вторая не понадобится еще несколько лет?

Л. С.: Возможно. Но если часть продукции продавать на российском рынке, а часть экспортировать, то, может быть, здесь появятся несколько бумагоделательных машин. Мой прогноз — первое производство мелованной бумаги в России появится через четыре-пять лет.

Если вдруг появится компания, которая начнет агрессивно инвестировать в такое производство, возможно, это произойдет раньше, но мне кажется, что ситуация будет развиваться постепенно.

ГАРТ: Вы считаете, что качество целлюлозы, которая производится в России, недостаточно для производства высококачественной чистоцеллюлозной бумаги?

Л. С.: Я не специалист по целлюлозе, но мне кажется, что качество недостаточное.

ГАРТ: В последнее время бумажные оптовики активно занимаются поставками мелованных бумаг из Юго-Восточной Азии. Ощущается конкуренция с ними?

Л. С.: Мы знаем об этом. Но в этом случае у оптовиков получается сложная логистика, и поставка занимает очень много времени. Характеристики бумаги не так стабильны и изменяются от партии к партии. Единственное преимущество — более низкая цена. Отовики занимаются этой бумагой для того, чтобы иметь два предложения — подешевле и подороже. Есть типографии и есть заказчики, которых качество китайской и корейской бумаги устраивает.

Возможно, с развитием рынка объем поставок мелованных бумаг из стран Юго-Восточной Азии вырастет, но доля их будет не очень существенной.

Московское представительство
XSYS Print Solutions
Ленинградское ш. 16, стр. 9.
(095) 775 1760

XSYS
Print Solutions

Компания XSYS Print Solutions – это:

- Краски для узорулонных машин
- Краски для флексо и глубокой печати
- Фотополимерные пластины
- Краски для рулонного офсета
- Краски для листового офсета
- Пигменты и Смолы

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

Татьяна МОСИНА

(Продолжение. Начало на с. 1)

Т. М.: Мы поставляем листовые мелованные бумаги SnowArt (UPM-Кутмене) и EuroArt (M-Real). В 2004 г. начали поставки чистоцеллюлозных картонов производства компании M-Real.

ГАРТ: SnowArt — собственная торговая марка компании «Александр Браун». Как идут продажи этой бумаги?

Т. М.: Она составляет основной объем наших продаж. Четыре года назад мы приняли решение о введении собственного брэнда, которое нашло поддержку у UPM-Кутмене. Объем серого импорта в те времена был достаточно большой, и это мешало результативному раскручиванию и продвижению бумаги. SnowArt — по сути дела совместный проект с концерном UPM. Очень успешный и с нашей точки зрения, и по мнению производителя бумаги.

ГАРТ: А как Вы оцениваете рост общего объема российского рынка листовых мелованных бумаг?

Т. М.: Он тоже вырос приблизительно на 25%. Несмотря на локаут и произошедшее в начале 2005 г. повышение цен на бумагу.

ГАРТ: Интересно, цены на мелованную бумагу в 2006 г. тоже повысятся?

Т. М.: Видимо, да. В Европе уже все производители бумажной продукции объявили о повышении цен. Насколько я понимаю, они просто ждут, кто первый объявит о повышении в России. После этого все остальные тоже повысят. Не с 1 января, конечно, но в начале года это, видимо, произойдет.

ГАРТ: Как-то процесс идет односторонний. Цены год от года все повышаются и повышаются.

Т. М.: В этом году, насколько я знаю, дела у финских производителей бумаги идут не очень хорошо. Еще и локаут случился. Деваться некуда, вынуждены будут повышать цены.

ГАРТ: Ходит много слухов о том, что в России построят наконец-то ЦБК, на котором будет производиться мелованная бумага.

Т. М.: Я сомневаюсь. Пока российский объем потребления не так велик.

ГАРТ: Но «остатки» можно будет экспортировать в Европу.

Т. М.: Может быть, но тогда это должно быть современное конкурентоспособное производство, и качество бумаги должно быть европейским. В создание его придется вложить большие деньги, а окупаемости ждать долго.

ГАРТ: Но что интересно, создавать его планируют самые разные компании и

объединения, но только не финские производители бумаги. Для них сегодня самый актуальный рынок, видимо, Китай, где они такие ЦБК уже построили.

Т. М.: Да, финским производителям, видимо, удобно загружать мощности своих финских фабрик. А вот Китай — отдельная тема. Я недавно побывала там, посещала ряд новых фабрик. У меня было неоднозначное отношение к китайской бумаге, но когда я все это увидела — поняла, что скоро Китай

Бумага SnowArt составляет основной объем наших продаж. Четыре года назад мы приняли решение о введении собственного брэнда, которое нашло поддержку у UPM-Кутмене. Объем серого импорта в те времена был достаточно большой, и это мешало результативному раскручиванию и продвижению бумаги

займет весьма значимые позиции на рынке бумаг. Там огромные мощности по производству. После этого прошла конференция Адама Смита в Вене, и там был целый день, посвященный Китаю. Конечно, в этой стране очень большой внутренний рынок бумаги, и он растет высокими темпами. Но у китайцев весьма амбициозные планы по экспорту бумаг. Единственная проблема, которая у них пока существует — отсутствие сырья для изготовления целлюлозы. Приходится ее импортировать.

ГАРТ: Вроде бы где-то в нашей тайге планируется построить производство целлюлозы для Китая. Это, видимо, решит все проблемы.

Т. М.: Возможно.

ГАРТ: Но на российском рынке доля китайской мелованной бумаги пока минимальна. Вы полагаете, что скоро все изменится?

Т. М.: Со временем такая ситуация обязательно окажет влияние и на российский рынок. Особенно перспективными китайские бумаги станут для зауральского региона. Мы сегодня наблюдаем достаточно успешное наступление на наш рынок корейских бумаг и картонов. Всего за 3–4 года они захватили существенную его долю благодаря более низкой по сравнению с европейскими бумагами цене.

ГАРТ: Татьяна, еще один традиционный вопрос: «Александр Браун» входит в «Содружество бумажных оптовиков» (СБО). Это дает какой-нибудь эффект?

Т. М.: В начале, когда СБО было только создано, оно обеспечило руководителям бумажных оптовиков — членов СБО — возможность нормально общаться и решать возникающие проблемы. И уже это стало хорошим эффектом. Такое общение позволяет решать многие проблемы. А ведь оптовики — основные конкуренты на рынке.

С каждым годом членство в СБО приносит все больше пользы. Растет доверие между оптовиками, у Содружества появляются новые функции. Мы обмениваемся информацией о клиентах-неплательщиках. И по крайней мере нашей компании благодаря этому удалось в ряде случаев избежать неприятностей. Тот факт, что этот механизм заработал, положительно влияет и на рынок. Неблагонадежные клиенты теперь знают о нем и не пытаются «ходить по кругу».

ГАРТ: Таких «неблагонадежных» все еще много?

Т. М.: Их все меньше и меньше. Прошло время высокой доходности бизнеса, настало время оттачивания сервиса и мастерства. Одна из самых важных и необходимых сегодня функций — служба по возврату денег, и такие службы созданы, видимо, у всех оптовиков. Ведь все мы предоставляем клиентам отсрочки.

В этом году мы почувствовали, что клиенты стали более дисциплинированными, стараются работать строго в рамках договоров. Они понимают, что это становится правилом работы на рынке.

ГАРТ: Члены СБО еще и обмениваются информацией об объеме собственных продаж?

Т. М.: Да. И это еще одна очень важная функция содружества. Необходимо иметь объективную информацию об объеме рынка, на котором работаешь.

ГАРТ: Еще один бизнес компании «Александр Браун» — продажи рулонных самоклеящихся материалов.

Т. М.: Да. Это направление вносит значимый вклад в объем наших продаж. Мы открыли первый терминал, на котором производится резка рулонных материалов, более пяти лет назад (а если быть совсем точной, то в апреле 2000 г.)

Главный успех этого года — открытие третьего терминала. Он находится в СПб. Тем самым мы вышли на рынок Северо-Западного региона, в котором есть очень крупные производители самоклеящихся этикеток.

ГАРТ: Как развивается этот рынок?

Т. М.: Когда мы начинали, объемы наших продаж росли очень высокими темпами. Тогда рынок вырос на 70–80% в год. В этом году рост составил около 25%. Ситуацию можно назвать стабильной, и мы предполагаем такой же рост и в последующие годы. Правда, конкуренция между производителями самоклеящихся этикеток очень высокая, а международные концерны борются за снижение себестоимости и хотят покупать этикетки по минимальным ценам. В результате продажи рулонной самоклеящейся бумаги на сегодня — бизнес не сверхприбыльный, но стабильный и перспективный.



УЧЕБНЫЙ КЛАСС В ПОДАРОК

Напомним, что предыдущий номер ГАРТ был посвящен кадрам в полиграфии, и некоторые его участники достаточно негативно оценивали уровень теоретической и практической подготовки выпускников МГУП, а также актуальность учебных планов и соответствие их современному уровню развития полиграфических технологий.

В начале декабря 2005 г. в Московском государственном университете печати состоялась презентация учебного класса, оснащенного системой управления Prinect Center компании Heidelberg. В нем установлен полный комплект компонент системы Prinect, отвечающих за управление прохождением заказов, а также автоматизацию допечатных, печатных и послепечатных тех-

нологических процессов в современной типографии. В России такую конфигурацию системы, по нашим сведениям, увидеть пока нигде больше нельзя.

Этот учебный класс — подарок МГУП от компании «Гейдельберг СНГ» на 75-летие. В ближайшем будущем планируется дополнить Prinect Center производственным участком, где будут установлены печатная машина Speedmaster, СТР Suprasetter, резальное и фальцевальное оборудование. Другими словами, будет создана оснащенная по самому последнему слову техники учебная типография полного цикла.

Олег Красноборов, генеральный директор компании «Гейдельберг СНГ»: «Я твердо убежден в необходимости тесных контактов между поставщиками оборудования и учебными заведениями: мы должны поддерживать друг друга и делать все возможное для того, чтобы студенты имели доступ к самым современным технологиям, и теоретические занятия гармонично сочетались с практикой, ведь мы, как никто другой, заинтересованы в квалифицированных, хорошо подготовленных кадрах. Кроме того, это является важным вкладом в развитие отечественной полиграфии в целом».

Изысканный стиль



КОМПАНИЯ АЛЕКСАНДР БРАУН
105264 Москва
ул. 9-я Парковая, д. 37
Тел.: (095) 737-6969
Факс: (095) 965-7393
E-mail: post@abraun.ru
www.abraun.ru

EDO – оригинальный
дизайнерский материал
для полиграфических решений



**Дмитрий
СТРЕЧИН**
Raflatac
Генеральный
представитель

ГАРТ: Дмитрий, как развивается рынок самоклеящихся материалов в России?

Д. С.: Растет, но уже не такими темпами, как несколько лет назад. В этом году ожидается «нормальный» прирост в 25%. Можно сказать, что 2005 г. был непростым. Произошло много событий, которые повлияли на развитие рынка.

ГАРТ: Вы, видимо, имеете в виду в том числе и финский локаут?

Д. С.: Для Raflatac локаут проблемой не оказался, скорее он стал проверкой на прочность. Мы не сорвали сроки поставок практически ни по одному заказу. Именно потому, что Raflatac — международная компания и в Европе имеет производства не только в Финляндии, но и во Франции, Германии и Англии. Наши клиенты получали материалы бесперебойно.

Есть другая проблема, которая оказала существенно большее влияние на рынок. В России растут сети супермаркетов, в них продается существенная доля продуктов питания, напитков, бытовой химии и косметики — основных потребителей самоклеящихся этикеток. Крупные сети оказывают давление на производителей товаров с целью снижения закупочных цен. А производители товаров дают в свою очередь на производителей этикеток. Те приходят к нам и просят снизить цены на материалы. Такой прессинг в этом году был очень серьезным.

Кроме того, компоненты самоклеящихся материалов, в отличие от бумаги, очень существенно зависят от цен на нефть. Соответственно, себестоимость самоклеящейся этикетки в 2005 г. существенно выросла.

Все это является сегодня основным фактором, сдерживающим развитие рынка самоклеящихся этикеток. Объе-

мы производства растут, но ожидавшийся нами скачок потребления рулонных синтетических материалов не произошел.

ГАРТ: Может быть, еще не время?

Д. С.: Да нет, пора бы уже. Пленки становятся все интереснее, новые материалы, клеи и технологические возможности. Но те проекты, которые должны были перейти с бумаги на пленку, и новые проекты, изначально на пленку рассчитанные, вынуждены были печататься на бумаге. Просто потому, что они не проходили по деньгам.

Правда, есть одно исключение — водочные этикетки. Для водок из среднего и премиум сегментов этикетка изначально проектируется с расчетом на использование самоклеящейся этикетки.

Кстати, в этом году мы провели в России традиционное мероприятие Raflatac под названием Film Festival для всех потребителей рулонных материалов. Основательно готовились к нему. Интересно то, что проходил Film Festival во время выставки «ПолиграфИнтер», и мы с большим удивлением поняли, что специалисты региональных производителей самоклеящихся этикеток на выставки практически не приезжают.

ГАРТ: Но это не совсем профильная для узкорулонных типографий выставка...

Д. С.: Тем не менее, раньше они ее посещали. А теперь — нет.

ГАРТ: Ситуация с выставками во всем мире изменяется. Интересно, что на фоне некоторых зарубежных выставок, на которых особого аншлага не было, LabelExpo в Брюсселе оказалась вполне успешной.

Д. С.: Да, это так. А российские организаторы выставки «Этикетка», уже согласившись с тем, что она должна проходить один раз в два года, все равно в будущем году ее опять проводят. Зачем это делать, если прошедшая в 2005 г. оказалась, мягко говоря, средней? Уже понятно, что в России отрасль производства этикетки пока не самая большая, чтобы собирать ежегодные выставки.

ГАРТ: Вы упомянули региональные узкорулонные типографии. А как распределяется потребление рулонных самоклеящихся материалов по регионам? Московские производители этикеток до сих пор потребляют большую часть таких материалов?

Д. С.: Совершенно точно — нет. Такая ситуация складывалась несколько лет назад, но сегодня есть и другие крупнейшие центры потребления, например, СПб.

ГАРТ: Пять лет назад количество типографий с узкорулонными машинами оценивалось в 80–100, а сколько их сегодня?

Д. С.: По нашим данным, узкорулонных типографий, которые занимаются печатью на самоклеящихся материалах, сегодня около двухсот. Они все разные: есть те, которые специализиру-

В России растут сети супермаркетов, в них продается существенная доля продуктов питания, напитков, бытовой химии и косметики — основных потребителей самоклеящихся этикеток. Крупные сети оказывают давление на производителей товаров с целью снижения закупочных цен. А производители товаров дают в свою очередь на производителей этикеток. Те приходят к нам и просят снизить цены на материалы

ются только на самоклеящейся, есть и производители гибкой упаковки, которые несколько раз в году печатают этикетку.

Можно сказать, что в каждом российском городе-миллионнике есть минимум одна типография, занимающаяся самоклеящейся этикеткой. А скоро такие типографии появятся, я думаю, и в городах с населением в несколько сотен тысяч человек.

ГАРТ: Но печатают они в основном бумажные этикетки?

Д. С.: Вы правы, я могу сказать, что основной объем самоклеящихся пленок перерабатывают сегодня 30 узкорулонных типографий.

ГАРТ: А не пять, как это было несколько лет назад?

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВСЬ
АРХИВ**

www.gart.ru

Д. С.: В любом сегменте можно выделить и пятерых, и даже троих абсолютных лидеров, но общее потребление пленки выросло, и доля лидеров уже не является преобладающей.

ГАРТ: Дмитрий, какова все-таки оценка сегодняшнего рынка самоклеящихся материалов? Он достиг 200 млн м²?

Д. С.: Надо дождаться конца года, сравнить данные Raflatas и данные конкурентов. По нашим оценкам, с учетом и рулонных, и листовых самоклеящихся материалов — достиг.

ГАРТ: Кстати, а как дела с листовыми материалами?

Д. С.: Все нормально. По нашим наблюдениям их продажи соответствуют объемам печати рекламной продукции. В год выборов может получиться существенный всплеск их потребления.

ГАРТ: Пока конкурент у Raflatas на российском рынке только один или их уже много? Чувствуются ли производители из стран Юго-Восточной Азии?

Д. С.: Основной конкурент — один. Что касается азиатских производителей, то время от времени мы сталкиваемся с их материалами, но они практически не отличаются по цене. Сделать самоклейку европейского качества можно только из высококачественных

исходных материалов. А они стоят денег, и азиатским производителям приходится их импортировать.

ГАРТ: Сколько в России уже установок для разрезки рулонных материалов?

Д. С.: У нашего партнера — компании «Александр Браун» — три оборудованных по европейским стандартам терминала: в Москве, СПб и Новосибирске. У основного конкурента столько же. Есть еще несколько компаний, у которых по одному слиттеру.

Наш опыт говорит о том, что для успешных поставок рулонных материалов необходимо иметь отлаженную систему продаж. Нужна четкая система дистрибуции, высокий уровень сервиса и наличие ассортимента материалов на складе. Без выполнения этих условий ничего не получится.

Я считаю, что в представительстве Raflatas, в котором работают сегодня шесть сотрудников, создана соответствующая система продаж, обеспечивающая технологическую и маркетинговую поддержку наших партнеров. По рулонным самоклеящимся материалам это «Александр Браун». По листовым — «Александр Браун», «Комус» и «Регент» (в алфавитном порядке).

СТРУЙНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ

В мире есть несколько химических концернов, занимающихся переработкой нефти и производством топлива, что сегодня приносит, видимо, максимальный объем прибыли. Полиграфические химики стараются найти для себя новые рынки и перспективные направления развития. Мы уже неоднократно писали про струйную печать и ее очень хорошие перспективы. Ведущие производители аналоговых фотоматериалов с приходом цифровых технологий стараются существенно диверсифицировать свой бизнес. Kodak и Agfa некоторое время назад приобрели производителей оборудования для струйной печати. Компания FujiFilm год назад также вступила в гонку вооружений, приобретает на очень выгодных условиях английского производителя красок и систем струйной печати Sericol.

Небольшие компании выживают на быстроразвивающихся рынках с трудом, им требуются существенные инвестиции в развитие. Наверное, поэтому компания FujiFilm приобрела в начале января еще одного производителя красок для струйной печати — подразделение английской компании Avesia. А это — уже тенденция.



УДОБНО ... КАК ДОМА



4-секционная печатная машина Ryobi 784E

RYOBI
Офсетные печатные машины

APOSTROFPRINT
ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ. ПРОДАЖА И СЕРВИС

Москва: (095) 781-38-38
www.apostrof-print.ru

Санкт-Петербург: (812) 449-21-42
Ростов-на-Дону: (8632) 56-97-78
Екатеринбург: (343) 371-51-40
Новосибирск: (3832) 12-00-14



**Свен
СТРЖЕЛЬЧИК**

«КБА РУС»

И. о. генерального
директора

ГАРТ: Свен, в этом году сменилось руководство всех трех российских поставщиков крупнейших немецких производителей печатных машин. Что, у всех так плохо идут дела?

С. С.: Не знаю, как у других, а у КБА дела шли в этом году нормально. По сравнению с 2004 г., есть незначительное снижение объема продаж, но это не причина для смены руководства. Тем не менее, мы получили заявление В. А. Мельниченко с просьбой уволить его по собственному желанию. Руководство концерна попросило меня возглавить «КБА РУС», и пока тянутся бюрократические процедуры, я исполняю обязанности генерального директора.

ГАРТ: Все возвращается на круги своя?

С. С.: Руководство концерна приняло это решение очень быстро — когда я руководил тогда еще представительством КБА в России, мы достигли больших успехов. Но сейчас я буду временно возглавлять «КБА РУС», пока мы не найдем нового достойного российского генерального директора. Ведь ему потребуется некоторое время для того, чтобы вникнуть в суть дел здесь, съездить в Германию, познакомиться с людьми и производством.

ГАРТ: Москва Вам так не нравится?

С. С.: Мне очень нравится этот город, с его широкими возможностями по проведению интересного культурного досуга. Но лично для меня теперь центр жизни — Германия, и я планирую туда в скором времени вернуться.

ГАРТ: В связи с кадровыми изменениями у конкурентов на российском полиграфическом рынке, видимо, сейчас очень много свободных людей...

С. С.: Возможно, но мне кажется, что человек, который всю свою прошлую жизнь объяснял клиентам, что печатные машины компании X лучше всех остальных, теперь прийти к тем же самым клиентам и сказать, что машины компании Y все-таки лучше, не сможет.

ГАРТ: Какая разница, что продавать? Главное, чтобы были налаженные контакты с потенциальными покупателями.

С. С.: Для человека масштаба генерального директора, мне кажется, это важный момент. Хотя, конечно, менеджеры по продажам могут, видимо, легко перестроиться.

ГАРТ: На фоне общего спада продаж в 2005 г. у КБА все-таки хорошие успехи?

С. С.: Мы в этом году реализовали очень интересные проекты. Вы уже писали о том, что в СПб установлена первая в Европе Рапида 205. В Тимашевске уже работает шестикрасочная Рапида 105 с двумя секциями лакирования и двумя промежуточными сушками. Тем не менее, определенный спад спроса на новые листовые машины в России наблюдается. По крайней мере у «КБА РУС» на следующий год заказов не так много, как было в конце 2004 г. Одна из моих главных задач — приложить все усилия для исправления ситуации.

ГАРТ: Как Вы считаете, проблема в том, что типографии предпочитают приобретать неновые машины?

С. С.: Да, покупают много неновых машин. Но все больше и больше клиентов интересуется специальными конфигурациями машин с различными опциями. Найти неновую машину в конкретной сложной конфигурации практически невозможно. Поэтому бизнес по продаже новых машин будет продолжаться.

Например, у нас есть очень перспективные для российского рынка модели. В первую очередь — новая Рапида 105, которая была представлена впервые на выставке drupa 2004. Она имеет очень высокую производительность и степень автоматизации. В России есть клиенты, которым необходимы эти возможности. Мы наблюдаем повышенный интерес и к машинам очень большого формата. Я полагаю, что перспективы у Рапида 205 тоже неплохие. Есть интерес и у производителей упаковки, и у предприятий, которые занимаются производством книг. Интерес к «большим» машинам растет.

ГАРТ: Значит, у листовых машин очень большого формата хорошие перспективы. Не зря же Heidelberg тоже анонсировал такие модели.

С. С.: Да, перспективы неплохие. Какими получатся машины Heidelberg — посмотрим через два с половиной года. Пока же у КБА в России подавляющее преимущество перед другими поставщиками. Установлено пять машин Рапида 130 в трех книжных типографиях,

Я считаю, что решение о создании «КБА РУС» вместо представительства концерна дало хороший эффект. Появились новые возможности, и ими необходимо воспользоваться. Мы обращаем сегодня очень большое внимание на регионы. Полагаем, что там продажи оборудования будут расти. Причем, не просто «обращаем внимание» — предполагаем открыть в 2006 г. два представительства

две Рапида 142 у одного из производителей упаковки и Рапида 205 в PVG.

ГАРТ: Свен, интересно, а что изменилось здесь с тех пор, как Вы уехали в Германию?

С. С.: Я считаю, что решение о создании «КБА РУС» вместо представительства концерна дало хороший эффект. Появились новые возможности, и ими необходимо воспользоваться. Мы обращаем сегодня очень большое внимание на регионы. Полагаем, что там продажи оборудования будут расти. Причем, не просто «обращаем внимание» — предполагаем открыть в 2006 г. два представительства. Одно — в Ростове-на-Дону, по второму окончательное решение пока не принято. Либо это будет Поволжье, либо Новосибирск. Планы большие.

Кроме того, я думаю взять на работу еще сотрудников и в отдел продаж, и в сервисный отдел в московский офис.

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

ГАРТ: Да, по доле объема продаж, приходящейся на одного сотрудника, «КБА РУС», видимо, опережает остальных поставщиков на российском рынке. У конкурентов сотрудников намного больше.

С. С.: У нас сотрудников было достаточно, но рынок меняется, требуется больше работать с клиентами, поэтому необходимы дополнительные люди в отделе продаж. Отдел сервиса у нас прекрасный: хорошие бригады, отличные специалисты, которые знают оборудование, но число установленных машин растет, поэтому данную службу тоже необходимо усиливать.

ГАРТ: Конечно, клиент, приобретая новую машину, рассчитывает на ее безупречную работу.

С. С.: Наши новые машины имеют возможность удаленной диагностики, например, специалисты КБА именно таким способом решили проблему, которая возникла в субботу вечером у одного из наших российских клиентов. Сегодня конкуренция между типографиями очень высока, и печатная машина не должна простаивать больше, чем несколько часов. И мы стараемся, чтобы у наших клиентов не было проблем.



НА ФОРМУЛУ-1 В ИСПАНИЮ

Хорошие поставщики оборудования и расходных материалов давно уже поняли, что маркетинг — совсем не лженаука, и с клиентами надо работать. Причем, совсем не так, как это было на заре нашей новейшей полиграфии.

А кто откажется оторваться на вечер от напряженных декабрьских полиграфических будней, чтобы немного отдохнуть? В декабре 2005 г. компании «Комус ПСБК» и Raflatac организовали вечер отдыха для полиграфистов, активно использующих в своей работе листовые самоклеящиеся материалы.

Гостей приветствовали генеральный представитель компании Raflatac в России Дмитрий Стречин и заместитель директора «Комус ПСБК» Андрей Марченко.

Встреча проходила в одном из закрытых клубов на Покровском бульваре. По настроению это была самая настоящая пиккьюола (так финны называют предварительное празднование Рождества). А по содержанию — еще и чемпионат по дартсу, в котором испытали удачу все пришедшие гости. Впрочем, хватило времени и места и для танцев, и для бильярда, и просто для общения.

Из полиграфистов, участвовавших в соревновании, в финал вышли трое: Александр Бондарь («Экстрапак»), Игорь Тулин (печатный двор «Куранты») и Максим Путилин («Транзитикс»). Главный приз финала — турпоездку в Испанию на гонку «Формула-1» — в упорной борьбе выиграл Александр Бондарь. Двум другим финалистам были вручены комплекты дартс.

Ни один из гостей не остался без сувениров, которые напомнят о прекрасном зимнем вечере, проведенном в уютном ресторане в кругу единомышленников.

дружелюбная компания



С ВАМИ НА ОДНОМ БЕРЕГУ

115201, г. МОСКВА, 2-ой Варшавский пр-д, д. 6, (095) 232-2610

191186, г. С.-ПЕТЕРБУРГ, ул. Б. Конюшенная, д. 29, (812) 329-9191

www.bereg.net





ФОТО: STORA ENSO

Дела бумажные

С бумагой в этом году получилось, видимо, не совсем так, как планировали многие. Импорт опять вырос, но не настолько существенно, как это произошло в 2004 г. Финский локаут логично привел к дальнейшему сокращению доли мелованных бумаг и картонов, импортированных в Россию из этой страны. А вот кризис внезапно случился на рынке высококачественной газетной бумаги, которую делают в нашей стране. Интересно, что российские целлюлозно-бумажные комбинаты с чувством честно выполненного долга сообщают о том, что российский рынок газетной бумаги вырос, но они продолжают большую часть своей продукции отгружать на экспорт, хотя «цена на локальном рынке выше».

Умом нашу страну и промышленность, как известно, не понять. Правда, и предприятия эти уже не совсем «наши». Видимо, их зарубежных акционеров намного больше интересует выполнение своих обязательств перед зарубежными же клиентами. Никакого другого логичного объяснения нет.

А крупнейшие зарубежные издатели предполагают, что в 2006 г. мировые цены на газетную бумагу вырастут ни много ни мало на 12%. Нашим объявлено не такое большое повышение, но весь вопрос в том, хватит ли им нашей

бумаги. Количество газетных типографий с новыми рулонными машинами растет. И потребление ими газетной бумаги — тоже, причем высокими темпами. Даже по пессимистичным оценкам мощности типографий выросли за 2004–2005 гг. на 15–20%. А ЦБК и Росстат рапортуют о 2–4% годового роста объема производства бумаги. Конечно, производственные мощности — только одна сторона медали. Есть еще вопрос, насколько они загружены, но у многих новых типографий с загрузкой уже все нормально. Может быть, пора задуматься о лоббировании не только отмены пошлин на импортную бумагу, но и о повышении ставок на экспорт нашей бумаги?

РОССИЙСКАЯ МЕЛОВКА?

Вернемся к мелованным бумагам. Слухи о том, что вот-вот начнется строительство производства в России, появляются постоянно. Даже есть слух о том, что экс-канцлер Германии звонил нашему президенту с просьбой посодействовать группе немецких издателей, которые планируют создать в России свое производство легкомелованной бумаги.

Современная бумагоделательная машина (БДМ) может производить 400 тыс. т мелованной бумаги в год. Стоимость проекта по строительству новой бумажной фабрики оценивается в 500 млн долл. У нас пока в соответствии с таможенной статистикой и оценками финских производителей годовое

потребление листовых мелованных бумаг составляет всего 120 тыс. т. Растет на 20–25% в год. До 400 тыс. т расти придется долго. Есть еще рулонная легкомелованная бумага, которая используется для печати журнальной продукции. Годовой объем ее потребления — тоже 120 тыс. т. Можно предположить, что объемы потребления этой бумаги будут расти более высокими темпами. Тем не менее, для того, чтобы потребление вышло на 400 тыс. т, ждать тоже придется долго. Для того, чтобы эффективно производить и ту, и другую бумагу, придется поставить две бумагоделательные машины, что существенно увеличит инвестиции в проект.

Правда, есть варианты построения БДМ, которая сможет делать и легкомелованную, и высококачественную газетную бумагу. Видимо, для России такая машина сегодня вполне актуальна. По понятным причинам финским производителям бумаги выгодно, что у нас нет своего производства при наличии правильных лесов и отсутствии проблем с профсоюзами. Для них Россия — не самый большой, но весьма перспективный рынок, и они пока предпочитают создавать здесь производство по заготовке древесины и производству упаковки, которым требуются не самые большие инвестиции.

А ЧТО ЖЕ НАШИ?

Слухи о том, что тот или другой российский ЦБК готовит проект создания производства мелованной бумаги появляются достаточно регулярно. Но обычно они ничем не заканчиваются. Кроме того, в 2005 г. крупнейшие российские (в смысле, расположенные на территории нашей страны) ЦБК стали часто фигурировать в новостях с упоминанием таких слов, как «ФНС», «выемка документов», «уклонение от уплаты налогов»...

Если внимательно изучить очередной рейтинг «600 крупнейших компаний в 2005 г.», который делает РБК, становится понятно, что после завершения перераспределения собственности в нефтяной, газовой и металлургической отраслях, крупных предприятиях оборонного комплекса взоры «инвесторов» должны были обратиться на целлюлозно-бумажную промышленность. Крупные ЦБК являются вполне интересными объектами для инвестиций. Правда, они обычно уже кому-то принадлежат, но разве это является сегодня препятствием в нашей стране. Несколько выемок документов, предъявление претензий по результатам ра-

боты в 2001, 2002 и следующих годах — схема отработана и будет использована еще неоднократно.

Средний оборот одного крупного российского ЦБК — 200–300 млн долл. Есть, конечно, гиганты по российским понятиям. «Илим Палп», например, который объединяет больше десяти предприятий ЦБК и имеет суммарный годовой оборот около 1,3 млрд долл.

Наши — не могут, а финны — не хотят. Вот такая и получается у нас нереволуционная ситуация с мелованной бумагой

Но в нестабильной ситуации, нам кажется, ни одно предприятие не будет задумываться ни о каких серьезных инвестициях, даже если оно в состоянии их осилить при определенной финансовой поддержке (а акционерами некоторых наших ЦБК являются серьезные игроки европейского финансового



рынка). Сегодня, видимо, проще заниматься, например, перспективным рынком упаковки, который требует существенно меньших инвестиций. Гофротара, бумажные мешки, пакеты... Если идти по аналогии с нефтехимией — это тоже продукты глубокой переработки древесины. Зачем российскому

ЦБК придумывать новое производство, в которое необходимо инвестировать полмиллиарда долларов, а то и больше.

Наши — не могут, а финны — не хотят. Вот такая и получается у нас нереволуционная ситуация с мелованной бумагой.

НАПРЯМУЮ!

РОССИЙСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО HOSTMANN-STEINBERG HUBER GROUP

Hostmann-Steinberg RUS



Компания ХОСТМАНН-ШТАЙНБЕРГ РУС предлагает:

- краски,
- лаки,
- вспомогательные и корректирующие вещества для офсетной и флексографской печати

от немецкого производителя **Hostmann-Steinberg**, входящего в концерн **Huber Group**.

125319 Россия, Москва, ул. Академика Ильюшина, 16, к. 1
 тел.: (095) **221-6058**; факс: (095) **221-6068**
www.hostmann-steinberg.ru e-mail: info@hostmann-steinberg.ru

ЧТО МЫ ПОТРЕБЛЯЕМ ЗАГРАНИЧНОГО

Вернемся к нашей обычной теме — объему импорта мелованных бумаг и картонов в Россию. Еще раз заметим, что это один из самых близких к истине показателей, по которому можно оценить объем производства полиграфической продукции нашими типографиями. Об-

щий объем импорта за первые 10 месяцев 2005 г. вырос на более-менее разумные 25%. Очень хорошо, нет необходимости искать какие-то объяснения, которые требовались в 2004 г., когда по листовым мелованным бумагам по таможенным данным рост составил целых 40%. Объем импорта чистоцеллюлозного картона

вырос на 30%. Можно предположить, что продолжает расти производство сигаретных пачек в России. А вот импорт макулатурного картона практически стабилизировался и соответствует объемам 2004 г.

ОТКУДА ВЕСТИМО

В связи со всеми финскими проблемами интересно обратить внимание на распределение импорта мелованных бумаг по странам происхождения. За три года очень существенно сократилась доля финских. Причина даже не в том, что в 2005 г. случился локаут. В 2004 г. она тоже снизилась и составила 42%. Объяснений несколько, но самое простое, которое нам видится — идет глобализация и производителям бумаги необходимо дозагружать свои европейские производства. Они есть, и недогрузка у них, оказывается, достаточно существенная.

Интересно то, что позиции европейских производителей бумаги на нашем рынке вполне стабильны. Бумагам из Юго-Восточной Азии принадлежит не очень существенная доля. Все, конечно, может измениться,

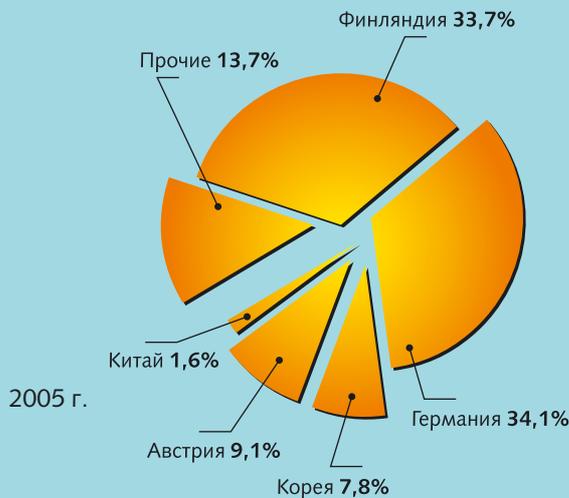
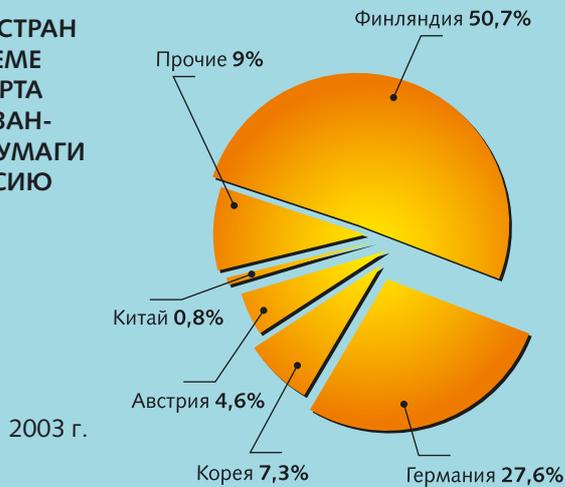
если кто-то всерьез займется импортом бумаги из Китая. Судя по всему, там на самом деле сегодня работают самые современные бумагоделательные машины, и производственные мощности, по нашим понятиям, просто огромные.

Может, надо просто наладить поставки туда нашей целлюлозы откуда-нибудь из Братска. Нефть же в Китае по железной дороге отгружается. И получится большой бартерный бизнес. Может быть, даже выгодный для всех, включая российских полиграфистов. Но наши производства целлюлозы в этих краях уже давно «условно российские». Тут можно столкнуться с проблемой, аналогичной «российской» газетной бумаге.

ЕВРОПЕЙСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

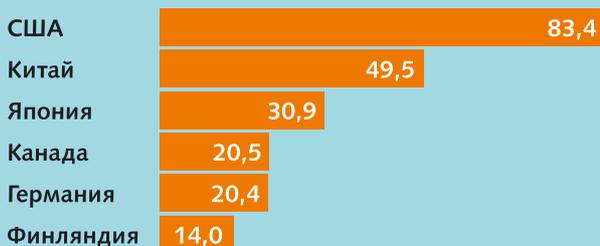
На самом деле, мировой рынок бумаги находится сегодня совсем не в лучшем состоянии. Потребление растет не так существенно, как хотелось бы. Производители вынуждены останавливать бумагоделательные машины и даже закрывать целые фабрики. И в Европе, и в Северной Америке. Несколько

ДОЛИ СТРАН В ОБЪЕМЕ ИМПОРТА МЕЛОВАННОЙ БУМАГИ В РОССИЮ



ИСТОЧНИК: БЕРЕГ

СТРАНЫ-ЛИДЕРЫ ПО ОБЪЕМАМ ПРОИЗВОДСТВА БУМАГИ И КАРТОНА (2004 г., млн т)



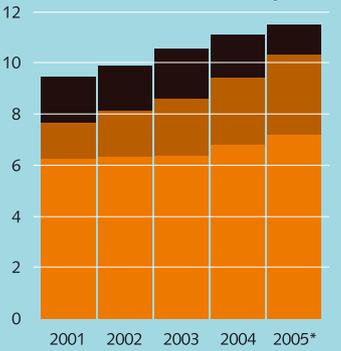
ИСТОЧНИК: FINNISH FOREST INDUSTRIES FEDERATION

КИТАЙ

Про китайский рынок сегодня рассуждают все, он один из самых больших в мире и развивался в последние годы очень высокими темпами. Не такими, конечно, как наш, но тем не менее. Надо, видимо, напомнить, что бумагу придумали именно китайцы. Прошло две тысячи лет, и теперь крупнейшие производители бумаги построили в Китае свои фабрики. Один из самых больших проектов реализовала, видимо, компания UPM. Это самое современное производство мощностью 800 тыс. т бумаги в год. Две бумагоделательные машины делают офисные и листовые мелованные бумаги. Stora Enso также имеет там свое производство, но оно существенно меньше по мощности — 210 тыс. т в год листовой мелованной бумаги. Но если финские источники не ошибаются на порядок, то суммарный объем в 1 млн т, которого с лихвой хватило бы на Россию, — всего лишь 2,5% китайского рынка бумаги. Интересно, что целлюлозу для производства в Китае «финской» бумаги делают из эвкалиптов в Южной Америке, а совсем не у нас.

МОЩНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ МЕЛОВАННЫХ БУМАГ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ (млн т/год)

Листовая мелованная бумага



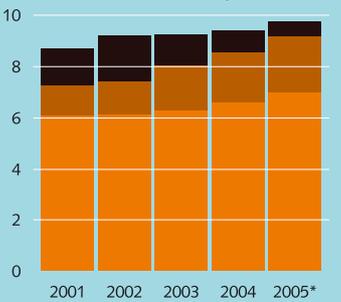
■ Объем производства для стран Западной Европы

■ Объем экспорта бумаг, сделанных в Западной Европе

■ Избыточные мощности по производству мелованных бумаг в Западной Европе

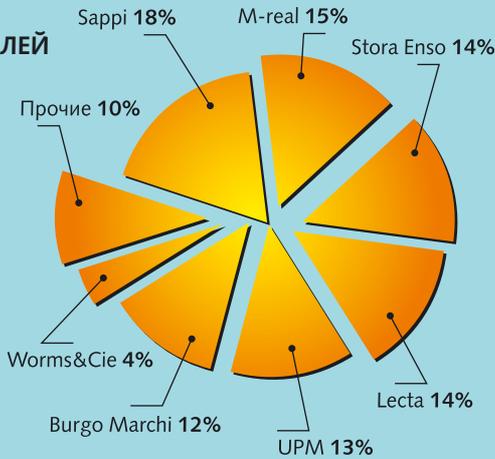
*ПРОГНОЗ

Рулонная легкомелованная бумага

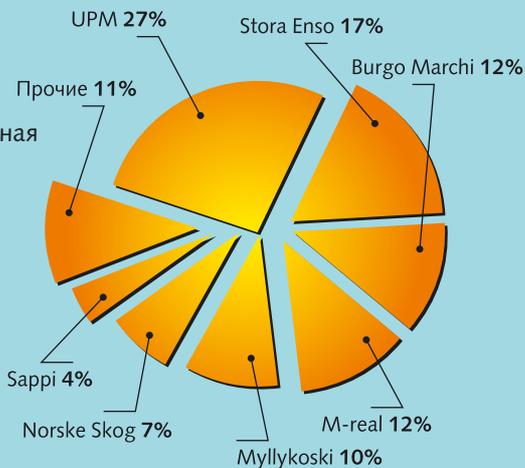


ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ЕВРОПЕЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Листовая мелованная бумага



Рулонная легкомелованная бумага



ИСТОЧНИК: M-REAL

Расходные материалы для полиграфии



МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-2141
КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 92-3714
СИБИРЬ
Тел.: (383) 212-0124, 212-0125

УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267
ЮГ
Тел.: (8632) 52-6704, 58-9778
КАЗАХСТАН
Тел.: (3272) 98-0154, 68-3725

лет после 2001 г. все выжидали, но потом стало ясно, что деваться некуда, рынок Восточной Европы не сможет развиваться до такого состояния, чтобы избыточные мощности оказались бы востребованными. Надо сказать, что далеко не все бумажные фабрики крупнейших производителей в Европе оборудованы самыми современными бумагоделательными машинами, есть достаточно древние. В условиях ужесточившейся конкуренции они, видимо, будут закрываться первыми. Похожие процессы произошли и происходят у производителей других материалов. Достаточно вспомнить об офсетных пластинах и печатных красках.

А в процессе сокращения мощностей кто же будет задумываться о существенных инвестициях в производство на российском рынке? Вообще, судя по тону пресс-релизов и годовых отчетов финских производителей бумаги, можно сказать, что они весьма осторожны. Что касается мелованной бумаги, то транспортировка ее из Финляндии стоит не так дорого, из других европейских стран — дороже, но сложившаяся ситуация, видимо, устраивает всех.

А МОЖЕТ ЛИ ЧТО-ТО ИЗМЕНИТЬСЯ?

Теперь мы уже не про отечественное производство мелованной бумаги. Нормальную типографию волнует в

конце концов цена качественной бумаги вне зависимости от того, где она сделана. Какие есть пути снижения цены? Лоббирование отмены пошлин на импорт бумаги — видимо, самый логич-

Видимо, период стабильности и высокого роста нашего бумажного рынка закончился. Да и не мог он продолжаться вечно, это противоречило бы законам природы. Экономической природы

ный путь. Правда, есть сомнения в том, что это удастся сделать.

Еще несколько лет назад мы много рассуждали в ГАРТе о сером импорте и небольших поставщиках бумаги, возвратных фурах и прочих факторах возможного снижения цены на импортную бумагу. С тех пор, конечно, многое изменилось, но мы сейчас о другом. Ключевые слова — «серые импортеры покупают стоки у европейских оптовиков». Я не собираюсь предложить типографиям идею скинуться и создавать на каждые три–четыре предприятия своего серого импортера бумаги. Времена уже прошли, и из этого ничего не получится. А если сам «Крупный европейский оптовик» придет в Россию и начнет торговать здесь бумагой?

Сразу необходимо отметить, что мы не знаем, на складах каких оптовиков серые импортеры покупали в те времена бумагу, поэтому упоминания конкретных фирм связаны только с их рейтингом, взятым из Интернета.

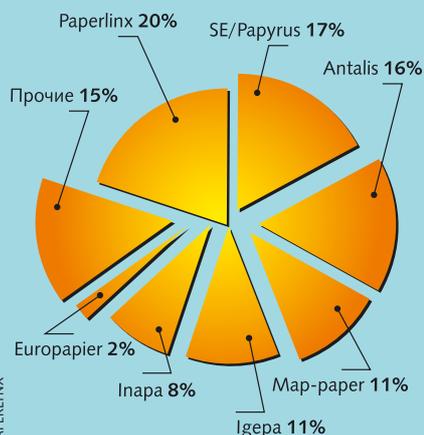
Мы задались вопросом о том, как организована система продаж бумаги в Европе, и получили очень интересные результаты поиска. Честно говоря, они оказались для нас неожиданными. На самом деле, мы многократно задавали вопросы руководителям крупных российских бумажных оптовиков. Почему их число не увеличивается, на фоне того, что количество поставщиков других расходных материалов растет? Когда идут разговоры о «виртуальных» оптовиках, это одно. Но обратите внимание, после многочисленных слияний и объединений последних лет, оказыва-

ется, не просто крупные, а крупнейшие европейские оптовики на нашем рынке уже присутствуют. Map-paper (сбытовое подразделение M-real) и EuroPaper — в явном виде. Партнеров имеют Antalis и IGEPA. Остались два самых крупных европейских бумажных оптовика, которые пока в России бизнес не ведут (по крайней мере, судя по их годовым отчетам). Австралийский Paperlupx, входивший в состав группы Amkor, одного из ведущих мировых производителей упаковки, и SZ/Papyrus, подразделение сбыта крупнейшего производителя бумаги — Stora Enso.

Если насчет Stora Enso можно не беспокоиться, эту компанию вполне устраивает текущая ситуация на российском рынке, то у Paperlupx могут быть свои мысли на этот счет. Что еще интересно, в Европе оптовики продают только половину общего объема потребляемой бумаги. У нас, по некоторым оценкам, доля оптовиков приближается к 80%. Посмотрим, вдруг появится новый игрок на рынке...

Вот такие у нас бумажные дела. На самом деле, все изменения на мировом рынке не могут не коснуться России, и мы это скоро почувствуем. Видимо, период стабильности и высокого роста нашего рынка закончился. Да и не мог он продолжаться вечно, это противоречило бы законам природы. Экономической природы.

КРУПНЕЙШИЕ ЕВРОПЕЙСКИЕ БУМАЖНЫЕ ОПТОВИКИ



ИСТОЧНИКИ: M-REAL, PAPERLUPX

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!**

Мы верим в этикетку

Мы являемся одним из лидеров по производству самоклеящихся материалов в Европе и готовы предложить Вам самый лучший ассортимент.

Офис Рафлатак в России всегда оказывает помощь и предоставляет любую экспертную поддержку, чтобы помочь Вашему бизнесу. Наши возможности по исследованию и развитию новых продуктов, быстрая доставка материалов, а также профессионализм сотрудников и их увлеченность делом, – все это дает Вам абсолютную уверенность в наилучшем сервисе, предоставляемом компанией Рафлатак.

Этикетка помогает выделить товар из ряда подобных и идентифицировать брэнд. Компания Рафлатак прикладывает все усилия, чтобы наши самоклеящиеся материалы соответствовали Вашим требованиям к этикетке.

Наша задача – помочь вашему бизнесу.



www.raflatac.com





Седьмой Хрустальный

Итоги седьмого конкурса «Хрустальный Марзан», ежегодно проводимого издательством «Курсив», подведены. Посвященная этому торжественная церемония прошла 8 декабря 2005 г. в «Овальном зале» Государственной библиотеки иностранной литературы. Место было выбрано неслучайно. Нам хотелось, чтобы, с одной стороны, оно было торжественное, но с другой стороны — оригинальное и не типичное для подобных мероприятий. «Овальная зала» подошел наилучшим образом — все его стены уставлены книжными шкафами с книгами в роскошных переплетах в основном в XVIII в. Получилась некая преемственность. Эти книги должны были воодушевить полиграфистов России на еще большие достижения. Задумка в общем удалась. Церемония прошла очень торжественно и красиво.

В этот раз конкурс проходил по несколько измененной схеме, нежели было раньше. Главное отличие — в конкурсе могли участвовать не только экспонаты выставки «ПолиграфИнтер», но и любое другое оборудование и материалы, появившиеся в России в течение 2005 г. Вот что получилось в итоге.

Новая технология в России

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены за технологию ла-



зерной высечки, надсечки и резки этикеток и упаковки на машине Laser 350 фирмы Cartes Equipment, компании «Россита». Дипломы в этой номинации вручены компании «ВИП-Системы» за технологию изготовления гибких переплетных крышек с использованием режущего плоттера Kongsberg и компании «Нисса» за технологию изготовления беспроцессных пластин Kodak Thermal Direct.

Новая торговая марка в России

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «ВИП-Системы» за торговую марку Akiyama (Япония). Дипломы вручены компании «Легион» за торговую марку Dotline (Германия) и компании «Комлайн» за торговую марку Ose (Нидерланды).

Лучшая демонстрация возможностей технологии

Дипломы и Хрустальные Марзаны в этой номинации вручены двум компаниям: компании «Нисса» за демонстрацию печати цифровых этикеток на



машине Hewlett-Packard Indigo press ws 4050 и компании XSYS Print Solutions за печать кроющими белыми флексографским УФ-красками Flexo-cure Ivory. Дипломы вручены компаниям Kodak Versamark и Unigrafica за демонстрацию работы машины Kodak Versamark VT 3000, организованную в банке «Русский стандарт», а также компании Hewlett-Packard за демонстрацию работы широкоформатных плоттеров DesignJet 5000 в галерее HYPE в Москве.

Лучший реализованный проект

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручен компании «КБА РУС» за установку листовой офсетной печатной машины супербольшого формата Rapida 205 в компанию PVG (СПб). Дипломы в этой номинации вручены компании «Нисса» за установку СТР-ус-

Печатные машины KOMORI

Ваш путь в будущее!



LITHRONE 40/44 SP



LITHRONE 26/28



LITHRONE 20

SPICA
SPRINT 65

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПОЛНОФОРМАТНЫХ ОФСЕТНЫХ МАШИН

LITHRONE S40

- Формат 72 x 103 см
- Производительность 16000 отт./ч
- Печать на материалах до 1,2 мм
- Высшая степень автоматизации
- Разнообразие комплектаций
- Число секций до 12, включая секции для печати, лакирования и сушки
- Уникальная встроенная система цифрового лазерного экспонирования печатных форм (опция D)



32nd Annual Minister's Prize,
Nikkan Kogyo Shimbun



Good Design Award 2002



iF Design Award 2003



Intertech Technology
Award 2003



Официальный дистрибутор KOMORI –
компания ЯМ Интернешнл

YAM
YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (5272) 67 3203

www.yam.ru

самые нефигтивные мероприятия



объединенная
рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$ 300 *

ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует более трех лет. База данных постоянно обновляется.



GART DIRECT

Москва,
ул. Электrozаводская
д. 37/4 стр. 7

Телефон/факс:
(095) 725 6001

www.gart.ru
E-mail: gart@kursiv.ru



тройства Kodak Termoflex Wide II в компанию «Репро-центр», ГК «Упак» за запуск производства цилиндров глубокой печати «УПАКРОТО» и компании Apple IMC за открытие специального учебного класса, оборудованного Power Mac G5 во МГУПечати.

Лучшее полиграфическое оборудование в целом

Диплом и Большой Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «ЯМ Интернешнл» за шестикрасочную офсетную машину Komori Lithrone S640+C с секцией лакирования. Дипломы в этой номинации не вручаются.

Лучшее допечатное оборудование

В этой номинации жюри приняло решение Марзаны не вручать в связи с тем, что оборудование СТР предназначено для различных задач, а сравнивать между собой совсем разные устройства, выбирая лучшее, нецелесообразно.

Дипломы вручены: компании «Гейдельберг СНГ» за систему прямого вывода офсетных печатных форм Suprasetter 105 E, компании «Нисса» за систему прямого вывода офсетных печатных форм Kodak Magnus 400 Quantum и компании «ЯМ Интернешнл» за систему прямого вывода печатных форм Fujifilm Luxel V-6 E СТР.

Лучшее оборудование для цифровой печати

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «Ксерокс Евра-



зия» за цифровую печатную машину DocuColor 250. Дипломы вручены компании «Комлайн» за цифровую печатную машину Ose Platinum и компании «Нисса» за серию цифровых печатных машин HP Indigo Press.

Лучшее печатное оборудование

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «Центр HGS» за листовую офсетную печатную машину Roland 700 LV. Дипломы вручены компании «КБА РУС» за листовую печатную машину сухого офсета KBA Genius 52 и компании «Полиграфические системы» за листовую офсетную печатную машину Mitsubishi Diamond 1000.

Лучшее послепечатное оборудование

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании Sigloch за специализированную машину для вклеивания различных предметов в печатные издания.

Дипломы вручены компаниям «Апостроф Принт» за машину бесшвейного скрепления Horizon BQ 270 и «Гейдельберг СНГ» за одноножевую бумагорезальную машину Polar 137 XT.

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$150.
СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

** ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м².
ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ

Лучшее вспомогательное и измерительное оборудование

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «Апостроф Принт» за спектрофотометр X-Rite Pulse. Дипломы вручены компании «МакЦентр» за прибор для измерения офсетных форм Plate Viewer и компании НТЦ ОГАРД за револьверный намотчик Vectra.

Лучшее оборудование для специальных видов печати

В этой номинации было решено дипломы не вручать, так как на конкурсе было представлено не так много оборудования для специальных видов печати. А Марзан вручен компании «Терра Принт» за комбинированную машину для трафаретной печати, горячего тиснения фольгой и высечки этикеток Sam Messapica S250S.

Лучшее флексографское оборудование

Диплом и Хрустальный Марзан вручены компании «Гейдельберг СНГ» за сервоприводную узорулонную флексографскую машину Gallus RCS-330. Дипломы вручены компании Gramex за серию флексографских машин Gramex и компании НТЦ ОГАРД за комбинированную узорулонную печатную машину MPS EF.

Лучший расходный материал

Эту номинацию было решено разделить на две отдельные, посвященные соответственно материалам для офсетной печати и материалам для флексографской печати.

Лучший расходный материал для офсетной печати

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании Huber Group за металлизированные краски

MetalFX. Дипломы вручены компании «Нисса» за беспроцессные пластины Kodak Thermal Direct и компании «ЯМ Интернешнл» за беспроцессные пластины Fuji-Film Brillia PRO-V.

Лучший расходный материал для флексографской печати

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании DuPont за твердые цифровые формы Cyrel DPU. Диплом в этой номинации получила компания «Тампомеханика» за фотополимерные пластины nyloflex АСТ производства XSYS Print Solutions.

Лучший программный продукт для полиграфии

Диплом и Хрустальный Марзан вручены компании «Гейдельберг СНГ» за систему автоматизированного управления типографией Prinect Prinance. Дипломы дважды вручены компании

«Терем» — за систему автоматизированной допечатной обработки данных в газетном производстве Arkitek и автоматизированную систему управления типографией HiFlex.

Приз зрительских симпатий

В этом году номинация введена впервые. Мы провели опрос посетителей «ПолиграфИнтер» на предмет того, какое оборудование им больше понравилось. Впрочем, выявить ярко выраженного лидера не удалось — разница между первым и вторым местом была один голос, что может быть погрешностью сбора информации. Поэтому Марзан решено не вручать. А дипломы получили: компания «Гейдельберг СНГ» за офсетную печатную машину Heidelberg Speedmaster CD 102-4+L и компания «КБА РУС» за машину сухого офсета KBA Genius 52.

Horizon

Финишное оборудование

Листоподборочная линия
Horizon VAC100



УВЕРЕННАЯ ПОБЕДА



APOSTROFPRINT

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ. ПРОДАЖА И СЕРВИС

Москва: (095) 781-38-38
www.apostrof-print.ru

Санкт-Петербург: (812) 449-21-42
Ростов-на-Дону: (8632) 58-97-78
Екатеринбург: (343) 371-51-40
Новосибирск: (3832) 12-00-14



Призы профессионалов

Эти призы традиционно вручает не издательство «Курсив», а жюри, состоящее из представителей ведущих полиграфических компаний России.

Главный редактор ГАРТ присутствовал на обсуждении, и, надо сказать, оно получилось живым и очень интересным. Номинантов обсуждали долго и подробно. В случае с допечатным оборудованием решение даже пришлось принимать голосованием. В предыдущие годы такого ни разу не было, обычно находилась вариация, устраивавший всех. По решениям видно, что сегодня типографии интересуют беспроцессные технологии СТР и системы управления производством. Несколько удивило решение не вручать призы в номинации «Послепечатное оборудование», но оно было единодушным.

Лучшее печатное оборудование

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «Ям Интернешнл» за офсетную печатную машину Komori Lithrone S640+C. Дипломы получили компания «Нисса» за печатную машину HP Indigo ws 4050 и компания «КБА РУС» за машину сухого офсета KBA Genius 52.

Лучшее допечатное оборудование

Диплом и Хрустальный Марзан в этой номинации вручены компании «Центр HGS» за систему СТР Screen PlateRite Ultima. Дипломы получили компания «Нисса» за систему СТР Kodak Trendsetter и компания «ЯМ Интернешнл» за систему СТР FujiFilm Luxel 6E.



Лучшее послепечатное оборудование

Единогласным решением жюри в этой номинации призы решено не вручать.

Хорошая вещь

Эта номинация впервые введена в этом году. Задача ее — дать возможность жюри отметить те или иные достижения, которые могут не лучшим образом уложиться в основные номинации, но, бесспорно, заслуживают награды. В этом году принято решение вручить два Марзана в этой номинации: «Ниссе» за беспроцессные пластины Kodak Thermal Direct и компании «ЯМ Интернешнл» за беспроцессные пластины FujiFilm Brillia PRO-V.

Состав «Жюри профессионалов»: Ольга Драгачева («Домино»), Михаил Посудин («Образцовая Типография»), Сергей Тарубаров (Polstar), Дмитрий Лаврик («Альфа Дизайн»), Олег Гурулев («Медиа-Пресса»), Юрий Захаржевский («Граффити»), Виктор Макаров («ЛинияГрафик»), Алексей Веселовский (24 Print).

Издательство «Курсив» выражает свою благодарность членам жюри.



НОВАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ

Про учебную и справочную литературу по полиграфии на русском языке уже сказано очень много слов. В основном используются «отсутствует», «устарела» и «не соответствует». Интересно то, что жюри профессионалов Хрустального Марзана два года назад присудило свой главный приз «Энциклопедии по печатным средствам информации» Г. Киппхана. Такая оценка говорит о многом, кадры на сегодня — главная проблема российских типографий.

Такое длинное вступление к тому, что в издательстве «Принт-Медиа центр», созданном Центром американских полиграфических технологий, в конце 2005 г. вышла новая книга Фрэнка Романо «Принт-медиа бизнес. Современные технологии издательско-полиграфической отрасли». Она подготовлена специально для России, а научным редактором издания стал проф. Б. А. Кузьмин.

Автор книги Фрэнк Романо, профессор Рочестерского технологического института (RIT) в США, работает в области полиграфии и издательского дела уже более 40 лет, написал несколько десятков книг. Он постоянно публикует свои статьи в ведущих отраслевых периодических изданиях (не подумайте плохого — это American Printer, Printing Impressions, Graphic Arts Monthly, Electronic Publishing, Digital Printing Report и др.)

Он закончил работу над книгой в июне 2005 г., и уже в конце этого же года издание справочника «Принт-медиа бизнес» будет доступно российским читателям благодаря поддержке «Эксмо-Пресс» и ОАО «Тверской полиграфический комбинат».

В полиграфии сегодня происходят серьезные изменения, с американского берега они видны намного лучше, чем с нашего. Мы эту книгу пока не видели, но автор — на самом деле большой авторитет в области полиграфии и технологий цифровой печати.

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, 956-31-97, факс 937-52-45
E-mail: kba@kba.tsnet.ru, Internet: www.kba-print.de
Сервисное бюро в Москве: (495) 936-21-22
Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:
тел. (812) 320-93-15, 325-12-80, факс (812) 325-19-17, e-mail: kba2spb@mail.ru



KBA
Koenig & Bauer AG



Speedmaster SM 102 – точность от начала до конца

Heidelberg, крупнейший поставщик решений для полиграфической промышленности, представляет Speedmaster SM 102 – новый уровень технологии от самонаклада до приемки. Усовершенствованные покрытия печатного цилиндра Perfect Jacket Plus и передаточных барабанов Transfer Jacket Plus предотвращают переход краски на рабочие поверхности печатной машины, сокращают время на смывку, что ведет к превосходному результату и повышению производительности, а также обеспечивают высокую рентабельность инвестиций. Концепция "One Pass Productivity", обеспечивающая наивысшее качество печати, позволит вам выполнять двухстороннюю печать красочностью 6+6 за один прогон, а также оценить преимущества богатого опыта компании Heidelberg в области полиграфического машиностроения и нацеленность на поиск новых передовых технологических решений.

Гейдельберг СНГ 127550, Москва, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 775 80 20, факс: (095) 775 80 22
E-mail: Moscow.HD-CIS@heidelberg.com
www.heidelberg.ru

HEIDELBERG