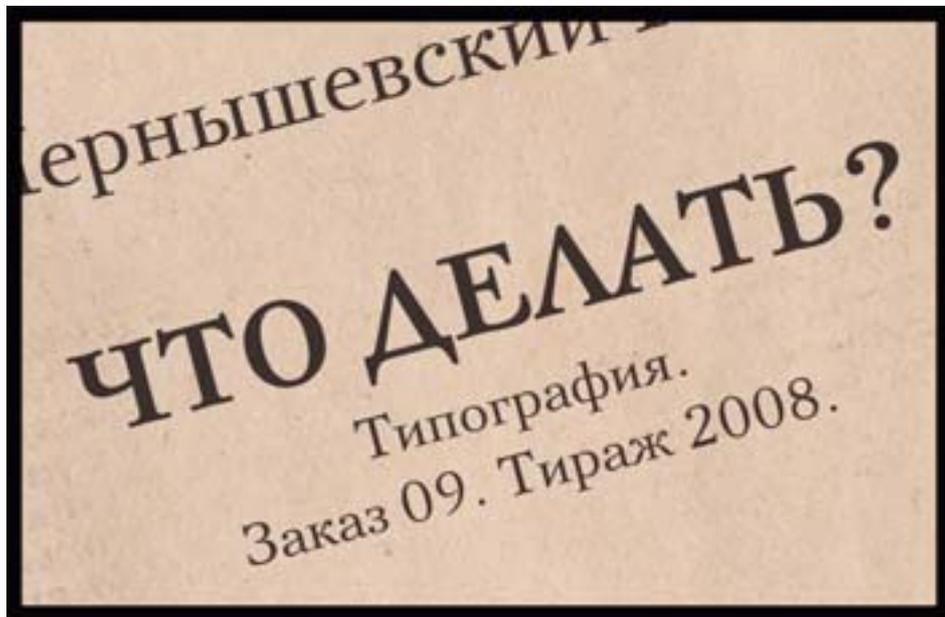


Where
should
we go?

с. 12



В НОМЕРЕ:

НЕТ — СЛОВУ «КРИЗИС»	3
ПИР ВО ВРЕМЯ	5
КОЛОНКА ЗАХАРЖЕВСКОГО	10
САМОБЫТНОСТЬ	12
ОКТОБЕРФЕСТ В ГЕЙДЕЛЬБЕРГЕ	14

Хочется порекомендовать читателям поменьше верить русскоязычным аналитикам-переводчикам

А. Романов (с. 3)

Надеюсь, отрасль вернется к временам, когда специалист дорожил своим рабочим местом

С. Тарубаров (с. 5)

Может, стоит разобрататься: приносят ли прибыль передаточные цилиндры или же только печатные секции?

Ю. Захаржевский (с. 11)



Сергей
ТАРУБАРОВ
Группа Pol.S.Tar
Президент

ГАРТ: Сергей, давайте поговорим о состоянии нашей полиграфической отрасли.

С. Т.: Давайте. Я считаю, если случится полноценный кризис, то он будет иметь как отрицательные, так и положительные стороны. Сегодня мое личное мнение заключается в том, что кризис — это хорошо. Он очистит стройные ряды наших типографий. Останутся те, которые занимают правильные позиции и имеют продуманную стратегию развития.

ГАРТ: Мы же договаривались о позитивном интервью :-)

С. Т.: Ну так это и есть позитив (смеется). Меня удивили многие типографии, которые на звонки менеджеров «Мэтра Полиграфии» отвечали: «Какой конкурс! Тут бы живыми остаться...»

ГАРТ: При этом ведь деньги у них не просили?

С. Т.: В том-то и дело, участие в «Мэтре» было и остается бесплатным. Но такие ответы характеризуют настрой людей в отрасли. Когда он таков, можно ожидать сокращения рядов. Я считаю, сегодня для типографии участие в конкурсах (и не только в «Мэтре Полиграфии») — это работа на перспективу. В складывающейся ситуации она просто необходима, если люди не собираются уходить с рынка.

Конкурс — это еще и возможность для типографий посмотреть на работы конкурентов, сравнить со своими, понять в каком направлении развивается определенный сектор рынка, оценить собственные возможности и перспективы.

ГАРТ: Церемония вручения призов состоится?

С. Т.: В этом году «Мэтр Полиграфии», безусловно, состоится. Есть, кстати, положительный момент, у конкурса появился новый генеральный спонсор на 2008 и 2009 года. Это альянс «СЖ Финанс» (группа «Сосьете Женераль») и фирмы Heidelberg. Я могу сказать, что они планируют предложить нашему рынку новые финансовые продукты, которые в ситуации нарастающего кри-

(Продолжение на с. 4)

ПОВЕРЬ В ЧУДЕСА



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

С новым Xerox DocuColor 260 ваш бизнес станет сказочно прибыльным. Более половины отпечатков в оперативной полиграфии выполняется на аппаратах Xerox, но только пользователи Xerox DocuColor 260 теперь смогут изготавливать продукцию быстрее всех.

Xerox Colour. Бизнес выигрывает в цвете.

Скорость 60 страниц в минуту в цвете, контроллер Xerox DocuSP и готовность к печати длительных тиражей в максимально короткие сроки выделит вас среди конкурентов. 32-лучевой лазер, подача бумаги 300 г/м² из лотка большой емкости, высокое разрешение, качество и скорость печати, точная передача цвета.



Идеально качественные отпечатки – без проблем и вовремя. Xerox DocuColor 260 позволяет получать готовую полиграфическую продукцию, включая календари, брошюры, визитки, и при этом значительно снизить себестоимость печати и обеспечить рост и прибыльность вашего бизнеса.

xerox.ru



©2008 Корпорация XEROX. Все права защищены. XEROX® и Xerox DocuColor 260 «Xerox Colour. Бизнес выигрывает в цвете» являются охраняемыми товарными знаками Корпорации XEROX в США и/или в других странах

Представительства Xerox в России: **Москва:** пер. Огородная слобода, 5, тел.: (495) 956-43-50. **Санкт-Петербург:** Выборгская наб., 61, бизнес-центр «Акватория», офис 204, тел.: (812) 325-29-44. **Екатеринбург:** проспект Ленина, 5, офис 601-603, тел.: (343) 215-90-80, 215-90-81. **Новосибирск:** ул. Октябрьская, 34, блок «Г», тел.: (383) 275-85-10. **Владивосток:** проспект Столетия Владивостока, 103, Отель «Акфес-Сейко», офис 313, 314, тел.: (4232) 31-11-95. **Ростов-на-Дону:** ул. Ченцова, 95, литер «М», тел.: (863) 251-67-09.

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.ruАдрес редакции: Москва,
ул. Электrozаводская, 37/4, стр. 7
Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»
Телефон/факс: (495) 725 6001
Подписано в печать: 29.10.2008Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»,
Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46
Телефон: (499) 265 6108, 265 5553
Заказ № 2979
Печать офсетная. Тираж 4000 экз.© Издательство «Курсив», 2008
Все права защищены. Перепечатка возможна
только с письменного разрешения издательства
За содержание рекламы редакция ответственности
не несет**НЕТ — СЛОВУ «КРИЗИС»**

Попробуем обойтись без него, по крайней мере, в этих двух колонках. Все-таки меньше нужно негатива в сегодняшних условиях ;-)

Шутки шутками, но отключи американцы интернет — такой ситуации не возникло бы. Ведь кто читал раньше NYT, FT, AP, имел доступ к Reuters и Bloomberg? Только профессионалы финансового рынка. Еще не так давно все эти сервисы были платными. А теперь каждая домохозяйка может получать новостной поток и наблюдать за ходом торгов практически на любой из бирж в режиме realtime. Причем совершенно бесплатно. А американские пенсионеры играют на рынке ценных бумаг — для них это обычное занятие.

Вообще, можно много говорить о сложившейся ситуации. У автора, который проводит минимум пару часов семь дней в неделю на правильных сайтах типа bloomberg и reuters, есть свое собственное мнение. Хочется порекомендовать читателям поменьше верить русскоязычным аналитикам-переводчикам. Реально никто не знает, что будет через месяц. Тот, кто говорит, что знает — лукавит. Мировая экономика заплывла в неизведанные широты. Как там флотилия этих разнотоннажных судов будет выполнять маневры — пока никому не известно.

Кстати, еще некоторое время назад падение нефти, рубля и недвижимости многим казались благом. По крайней мере моим знакомым, работающим в нашей реальной экономике. «Ну и что, что фондовый рынок падает? Давно пора спекулянтам разориться!», «Нас это не коснется!», «Хорошо, если упадет недвижимость в Москве», «Самая большая проблема нашей страны — высокие цены на нефть!» — такими были характерные фразы июня-августа.

Что теперь? Нефть упала в два раза. Бензин у нас в два раза подешевел? Нет! Возьмем «Газпром» — компанию, контролируемую пока еще государством. Нашим с вами государством. И тут человек из руководства ГП на конференции, организованной швейцар-

ским банком UBS, заявляет, что несмотря на снижение мировых цен на нефть и газ, прибыль «Газпрома» в 2009 г. останется высокой. За счет чего? Оказывается, за счет повышения стоимости газа для российских потребителей. Я бы назвал это верхом цинизма. У кого-то еще остаются иллюзии? За любые изменения конъюнктуры мирового рынка у нас заплатит население и реальный сектор экономики (наша полиграфия, в том числе).

Сейчас внимательный читатель спросит: «Но как же переоцененная московская недвижимость?» Отвечаем. Она может рухнуть в разы, или на десятки процентов, кому как нравится. Ее сейчас активно поддерживают государственные и московские власти. Не будем о том, зачем. Для полиграфии важно, что если этот пузырь лопнет, ситуация у типографий ухудшится многократно. Не в том дело, что стороители и девелоперы — крупные заказчики полиграфической продукции. Просто за ними рухнут большинство банков и страховых компаний, разорятся инвесторы и люди, воспользовавшиеся ипотечными кредитами. Только чтобы этого не случилось, пусть московская недвижимость лучше остается в цене ;-)

**Андрей Романов,
главный редактор****P. S.** В предыдущем номере ГАРТ я упомянул нашего неплательщика по рекламе. Через неделю после рассылки журнала деньги поступили на наш счет. И ведь сразу было понятно, что это недоразумение, но иногда требуется сила печатного слова ;-)**ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ:****ГАРТ № 10-2008:
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ****ГАРТ № 11-2008:
КАДРЫ****ГАРТ № 12-2008:
БУМАГА****ГАРТ № 1-2009:
ЗАКАЗЧИКИ**Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»

Сергей ТАРУБАРОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

зиса могут оказаться весьма актуальными для российских типографий.

ГАРТ: Кризис, кризис, а как, Вы считаете, будет развиваться ситуация?

С. Т.: Хорошо, давайте поговорим о перспективах тех секторов, в которых мы работаем. Картонная упаковка — наиболее стабильный рынок, мне кажется. Кондитерка, чай, моющие средства... Они останутся в тех же объемах, что и перед кризисом. Возможен переход на более дешевые материалы, вероятно исключение дорогой отделки по некоторым продуктам, но сокращение объемов в этом секторе, на мой взгляд, будет незначительным.

Если говорить о сигаретной пачке, то табачный рынок очень специфический и работает по своим законам. По объему он не изменится, понятно. Возможно, произойдет сдвиг в сторону более дешевых марок сигарет и соответствующей упаковки.

ГАРТ: Полагаете, что «большого передела» упаковки не будет? А вдруг придут новые международные игроки?

С. Т.: В картонной упаковке рынок уже поделен. С учетом кризиса новому крупному игроку места нет. А покупать наших — у них денег нет сейчас. Сделаны определенные инвестиции в развитие локального производства, например, финнами. Но запланированы они были еще «до того, как», а выходить из этих инвестиций сегодня уже не будут, поздно.

Я считаю, что наши небольшие и даже средние производители упаковки начнут закрываться. Можно предположить, что их станет меньше в разы. Объемы распределятся по крупнейшим игрокам.

ГАРТ: Сергей, оборудование из МКПК уже у вас в работе?

С. Т.: Да, практически все трудится.

ГАРТ: Как на новой площадке в Сходне?

С. Т.: На сегодняшний день введена первая очередь производственных площадей — 5 тыс. м². Это треть от того, что планировалось. Пока строительство приостановлено. Сейчас на этих площадях установлено оборудование, приобретенное у МКПК, в планах перевод туда и нашего основного упаковочного производства с Сокола.

ГАРТ: У вас есть еще и направление рулонной печати журналов. Как оцениваете «кризисные перспективы» этого сектора?

С. Т.: Я полагаю, производство журналов пострадает за счет сокращения

«глянца». Недорогие журналы могут даже подняться в кризисные времена. А еще будет развиваться рынок продуктов для direct mail. И мы предполагаем установить на рулонную машину опцию Jet Web, которая до сих пор лежала на складе. Она обеспечивает возможность перфорации и других отделочных операций для direct mail в линию. Это та продукция, которая будет востребована. По крайней мере, мы ведем успешные переговоры с клиентами, и перспективы этого направления хорошие.

А вот объемы по печати каталогов для сетей супермаркетов, мне кажется, сократятся. Это понятно, сети живут на кредитные деньги, объем которых существенно снизился. Так что будут экономить.

Малотиражные журналы начнут потихоньку уходить. Они не смогут выжить в условиях кризиса. Правда, это снова лично мое мнение. У каких-то изданий может быть и рост.

ГАРТ: Как Вы полагаете, что будет происходить в регионах?

С. Т.: У нас есть «Полстар» в Курске, и я очень хорошо знаю этот рынок. Конкуренция, с одной стороны, ниже, но с другой — в этом регионе сегодня работают более двух десятков типографий. Среди них — новое специализированное упаковочное производство. Есть заказы от предприятий. Администрация тоже что-то размещает. Курские клиенты уже привыкли, что печатать рекламную продукцию можно на месте, а не в Москве. Даже региональные офисы сотовых операторов заказывают печатную продукцию в Курске.

Ситуация изменилась. У хорошей региональной типографии сегодня огромный выигрыш. Ей не надо платить московские зарплаты и стоимость аренды, она локальна и более оперативна, чем московская. Есть проблема — надо привезти бумагу из Москвы, но это особо не влияет на себестоимость продукции.

ГАРТ: А что делать нормальным московским и подмосковным типографиям?

С. Т.: Есть дежурный ответ, известный всем. Типографиям нужно задумываться насчет специализации. Брать на себя те работы, которые они могут делать наиболее эффективно. Нужно развивать разумную кооперацию между полиграфическими предприятиями. И если еще пять лет назад большие типографии старались иметь все у себя, то теперь мы, например, отдаем много послепечатных работ по производству

журналов. И нам, и крупнейшим журнальным типографиям нецелесообразно иметь большое производство трафаретной печати, например. А вкладки и обложки где-то надо делать. Необходим разумный компромисс.

Качественное тиснение фольгой, различные вкладки и приклейки, поэкземплярная упаковка... Сегодня пока еще многие типографии стараются сделать все у себя, часто это обходится им дороже, чем отдать на сторону. Предполагается, что так надежнее. Да, наверное. Но если вспомнить про кризис, то, возможно, мысли владельцев типографий несколько изменятся.

Мне хотелось бы надеяться, что отрасль вернется к временам, когда специалист дорожил своим рабочим местом, и считаю это самым важным положительным моментом текущего кризиса

Просто раньше на нашем рынке не было надежных контрагентов с разумной ценой. А теперь — есть. И их будет появляться все больше. От этого мы все выиграем.

Издатели журналов все равно будут искать типографии, способные обеспечить европейский уровень сервиса. У нас должны появиться специализированные производства, которые инвестируют, например, в очень хорошую новую линию КБС. И их услуги будут стоить не в два раза больше, чем условная себестоимость типографии, в которой стоит неновая линия поколения 60-х.

ГАРТ: Сергей, а как все-таки «Полстар» встретил прошлый кризис?

С. Т.: В июне 1998 г. у нас как раз было установлено оборудование для производства упаковки. Heidelberg Speedmaster CD102-5+L, автоматическая высечка и фальцевально-склеивающая линия. Провели презентацию и со спокойной совестью поехали отдохнуть. Звонок о том, что в России кризис застал меня в Италии.

ГАРТ: Ну и как выбираться из кризиса?

С. Т.: Понятно, что придется затянуть пояса. Очень большое значение имеет коллектив. Люди должны быть хорошие, верить в руководство и в то, что компания этот кризис преодолет. Это самое главное, мне кажется.

Любой кризис проходит. Преодолеет и этот. Сейчас будет сложнее, чем в 1998 г., скажутся негативные последствия бурного роста нашего рынка и дефицита хороших кадров. Все ведь сталкивались с ситуацией, когда людей перекупали на неразумно высокие зарплаты, когда приходили специалисты не самой высокой квалификации, но со слишком завышенной самооценкой...

ГАРТ: Интересно, очередь устраивающихся на работу к вам пока не стоит?

С. Т.: Пока нет (смеется). Но все изменится, будут приходиться и разговаривать уже совсем другим языком. Мне хотелось бы надеяться, что отрасль вернется к временам, когда специалист дорожил своим рабочим местом, и считаю это самым важным положительным моментом текущего кризиса.



ПИР ВО ВРЕМЯ...

Когда все аналитики ожидали полного краха европейской и американской экономик, а биржевые игроки судорожно ловили любой «бряк» и пытались прогнозировать его последствия, именно в этот день компания «ЯМ Интернешнл» устроила большой праздник, посвященный десятилетию успешного сотрудничества с японскими компаниями FujiFilm и Komori.

Собравшиеся выслушали лаконичного Михаила Маниовича, чуть более многословных Шигехиро Накаджима (президент FujiFilm Europe) и Джуниа Шимада (президент Komori Europe).

Последовавшая затем интересная развлекательная программа не помешала представителям типографий общаться между собой в непринужденной обстановке. Обсуждался один вопрос: «Что делать?»

ЕСТЬ И ПОЗИТИВ

В конце сентября, начале октября компания «КБА РУС» презентовала журналам две установки новых печатных машин.

В питерской типографии «Дитон» установлена пятикрасочная листовая машина полного формата с секцией лакирования КБА Рапида 105-5+L. После приобретения собственного здания эта типография существенно обновила линейку своего оборудования. Когда появились заказчики, которым требовалась печать полного формата, руководство «Дитон» приняло решение о приобретении новой машины. В каче-

стве поставщика была выбрана компания КБА, несмотря на то, что специалисты типографии привыкли работать на оборудовании другого производителя.

У наших старых знакомых, одного из основных партнеров «КБА РУС» — московской типографии «Триада ЛТД» — прошла презентация шестикрасочной полуформатной офсетной печатной машины КБА Рапида 74-6+L ALV2 PWNA CX Plastic UV Hybr с печатью УФ-красками. Модель во многом уникальна для российского рынка, может печатать не только на широком диапазоне бумаг и картонов, но и на пленке, пластике и других материалах.

РЕКЛАМА

Rely on us. SM

Концепция Premo®

Технология смешивания водоразбавляемых печатных красок

Унифицирована для Ваших нужд

Просто выбрать необходимый продукт и подобрать оптимальную формулу смешивания красок

Специально разработана для смешивания красок с необходимыми печатными свойствами

Flint Group

141400 Московская область, г. Химки,
ул. Рабочая д.2а, строение 1,
тел.: +7 495 775-1760

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

FlintGroup



Александр СОПИН
«Лобачевский и Ко»
Генеральный директор

ГАРТ: Александр, есть неоригинальный вопрос: как дела с продажами вашего оборудования?

А. С.: В начале года мы планировали рост продаж оборудования на треть. Не получается. Я говорю о реальных результатах, мы фиксируем прибыль в феврале. Судя по складывающейся ситуации на конец года, будет 5–10% роста.

Очень сильно сказываются два сдерживающих фактора: увеличивается число «сложных» должников и резко возросло количество клиентов, которые просят рассрочку платежа. По сравнению с прошлым годом с 20 до 80%.

ГАРТ: Еще и кризис у нас уже, видимо, наступил.

А. С.: Можно сказать — да. Сложилась кризисная ситуация. Мы ее не боимся и подготовились к такому повороту событий. Готовы стартовать в новых условиях. Просто любой кризис — это шанс для производителя. Шанс существенно вырасти.

Сначала число заказов резко сократится, но постепенно вернется к докризисным временам. А через два года начнется бурный рост. Типографии опять будут приобретать новое оборудование, цикличность экономических процессов известна.

Самая большая наша проблема, как производителя, в том, что многие люди перестали ценить деньги. В умах наших граждан что-то перевернулось. Я достаточно времени жил в других странах. Поверьте, пять новозеландских долларов — там это деньги. А в нашей стране их эквивалент — сто рублей — нет. В какой-то момент так случилось, и рабочие у меня на производстве начали требовать совершенно неразумных зарплат. Должно что-то поменяться в сознании, иначе так все и будет продолжаться. И кризис, возможно, станет хорошим стимулом, чтобы понятие «деньги» в умах людей встало на свое место.

ГАРТ: Ну так и уволить таких, раз кризис грядет :-)

А. С.: Нет, конечно. Но есть люди, составляющие основу коллектива, о которых я буду заботиться всегда. А есть другие, просто наемники, которые в любой момент могли прийти и сказать: «Я сейчас на рынке стОю больше. Или поднимайте мне зарплату, или...» Но без таких тоже никак не обойтись. Наша ситуация практически ничем не отличается от ситуации в типографиях, за исключением того, что у нас практически нет низкоквалифицированных кадров.

ГАРТ: У вас ведь еще и завод?

А. С.: Да, мы владеем машиностроительным предприятием в Угличе. Так получилось, по советской привычке купили. Но оно загружено нашими заказами не больше, чем на 25%. Могли бы спокойно размещать заказы на других предприятиях, и все было бы нормально. Но хочется, чтобы наиболее ответственные узлы машин производились под нашим полным контролем.

Тем не менее мы много заказов размещаем на стороне и предполагаем все больше работ отдавать контрагентам. Просто для того, чтобы повышать эффективность и прибыльность бизнеса.

ГАРТ: Если вернуться к ситуации на рынке, Вы понимаете, что этот кризис может существенно сократить число ваших клиентов — типографий?

А. С.: Возможно. Наконец-то типографии начнут специализироваться на определенных видах продукции. И это станет основой развития полиграфического бизнеса. Если сегодня 80% типографий декларируют что они «все могут», то через некоторое время их доля значительно сократится. Стратегия во время кризиса — это максимальная специализация и интенсификация производства в типографии.

Могу привести пример одного из наших клиентов, который занимается только послепечатной обработкой. Очень толковый руководитель, принимает разумные решения по оснащению предприятия. И оно одно из немногих, которое может за сутки обработать стотысячный тираж. Причем все процессы максимально автоматизированы. У этой компании даже в кризис дела будут идти хорошо.

Я могу рассказать показательную историю с нашим заводом. Когда мы начинали восемь лет назад перестройку производства, на предприятии не было ни одного обрабатывающего центра. Количество сотрудников — около ста. Самый ответственный участок — расточной. Там работали три человека, на которых приходилось молиться.

Станок швейцарский 60-х годов с микронной точностью. Но поскольку рабочие были пьющие, то могли ошибиться на 10 мм. Пять деталей нормальных, а шестая — такая. Мы долго думали, что с этим делать, потом начали инвестировать в обрабатывающие центры и нормальных сотрудников. Да, вложения были существенными, но теперь повысились и качество, и производительность. И практически полностью исключен «человеческий фактор».

ГАРТ: Это были разумные инвестиции в будущее.

Есть некоторая разница в подходе к развитию бизнеса. Разумный управляющий «вынимает» на собственные нужды столько, сколько необходимо. А остальную прибыль снова вкладывает в бизнес. Я эти деньги просто расцениваю как мне не принадлежащие

А. С.: Правильно, и есть некоторая разница в подходе к развитию бизнеса. Разумный управляющий «вынимает» на собственные нужды столько, сколько необходимо. А остальную прибыль снова вкладывает в бизнес. Я эти деньги просто расцениваю как мне не принадлежащие. Как средства, от которых зависит будущее бизнеса и судьба всего коллектива. Это очень важно.

Мы разворачиваем в Угличе социальную программу. Лояльные и ответственные рабочие через четыре года получают квартиры. Я надеюсь, что вырастет новое поколение людей, заинтересованных в своем будущем. На самом деле, жизнь в маленьких городах становится все лучше и лучше. Подумываю, кстати, на старости поселиться не за границей, а в Угличе. Серьезно.

Еще бы поменять нашу систему налогообложения... Сделать ее по типу американской. Тогда экономическая ситуация и положение производителей оборудования существенно изменятся. Но этого, видимо, не произойдет.

СИМВОЛ МЕЧТЫ



М Е Ч Т А

СОЛНЦЕ ВОСХОДИТ
ТОТ, КТО ИДЕТ ЗА МЕЧТОЙ
ТИГРУ ПОДОБЕН

СЕРИЯ LITHRONE S

Передовые печатные машины половинного и полного форматов, обеспечивающие превосходное качество печати и наивысшую производительность. Новый уровень автоматизации в сочетании с традиционными преимуществами машин KOMORI



РЕКЛАМА

KOMORI

Корпорация KOMORI основана в 1923 г. и является мировым лидером в производстве печатного оборудования. На её заводах в Японии производится широкий модельный ряд листовых офсетных машин с форматами листа от 375x520 до 840x1150 мм, а также рулонные журнальные машины.



YAM INTERNATIONAL

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

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 495 5552

НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007

ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493

РОСТОВ-НА-ДОНУ, ТЕЛ: (863) 223 2155

КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 520 1601, 520 1602

МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 290 4970

АЛМАТЫ, ТЕЛ: (727) 317 7981

ТАШКЕНТ, ТЕЛ: (998 71) 237 5425

www.yam.ru

ГАРТ: Все верно, изменение нашей системы налогообложения — несбыточная мечта. Придется работать в сложившихся условиях.

А. С.: Мы это прекрасно понимаем. Самой важной компонентой бизнеса компании «Лобачевский» является команда и наработанные ноу-хау. Мы отладили технологию и поставили на поток разработку новых машин. Разрабатываем их сейчас с удвоенной энергией. Это основной потенциал роста компании. Сегодня у нас есть три новые модели, а в 2009 г. на поток будет поставлено еще пять машин. Мы предполагаем отвоевывать все большую долю рынка послепечатного оборудования у иностранных производителей.

ГАРТ: Вполне разумная идея, но соревноваться с ними всеми будет непросто.

А. С.: Согласен. Но по оборудованию для переплета спиралью мы уже проде-

монстрировали всю серьезность своих намерений. У нас сегодня самая полная линейка, и автоматических машин мы продаем десятки в год, в то время как европейских устанавливаются единицы.

И сейчас для нас очень удачный момент. Мне кажется, с развитием кризиса западные производители решили основное внимание уделить оптимизации собственного производства и своему локальному рынку, временно потеряв интерес к нашему. Мы, например, участвовали недавно в киевской выставке. Она оказалась достаточно успешной, и в отличие от прошлых лет, ни один из европейских конкурентов в ней участия не принимал. Глупо было бы для нас не воспользоваться таким моментом.

ГАРТ: То есть все хорошо?

А. С.: Все нормально. Если говорить о продажах нашей линейки оборудования, то у

нас есть и популярные модели, и те, которых продается «всего» десяток в год.

На сегодня понятно, что падает интерес к простым моделям. Объемы их продаж растут не такими высокими темпами. Подавляющее большинство клиентов интересуются сейчас именно автоматизированными решениями. Все подсчитали, что выгоднее приобрести более дорогую модель, но сократить трех-четыре рабочих на этом участке.

Мы даем теперь двухлетнюю гарантию на наш автомат для навивки ЛБ-700. И у клиентов практически не появляемся. Сами сделали бесплатный апгрейт некоторых узлов установленных у клиентов машин. И нам, и им выгоднее, чтобы оборудование стабильно работало.

Теперь есть новый продукт — ламинатор полного формата ЛЛ-740. Очень удачный и перспективный. Мы предлагаем различные конфигурации этой машины. Самая простая — ручная. Ее можно оснастить секцией разделения заготовок. В следующей конфигурации добавлен выклад с вибросталквателем. А полностью автоматический вариант включает еще и стальной самонаклад.

В 2009 г. планируем предложить рынку автоматическую линию для ламинирования формата В2 по цене менее 30 тыс. долл.

ГАРТ: У европейских конкурентов таких предложений нет?

А. С.: Нет. Мы, кстати, не зря съездили на выставку drupa. Посмотрели разное оборудование. Я могу сказать, что по проектированию и эффективности мы ничем не уступаем западным компаниям.

Сегодня ясно, что нужно максимально унифицировать узлы машин для того, чтобы иметь возможность быстро собирать машины, не вкладывая очень много

средств в склад комплектующих. Все западные производители так и поступают. У нас есть другие проблемы — локальные.

Если сравнить с той же Германией, отсутствует нормальная транспортная инфраструктура. В маленьком немецком городке можно легко организовать любое производство. А мы, имея, скажем, партнеров в Александрове, Зеленограде и Клину, вынуждены тратить гораздо больше времени и денег на логистику. Кроме того, в России нет, например, возможности локально производить пластиковые кожухи и другие формованные элементы конструкции. Я уже не говорю про кожухи со звукоизолирующим покрытием.

Если посмотреть на современные эргономичные модели европейских и американских машин — там очень много «пластика». Это и технологично, и экономично. Та же проблема в России и по формованным алюминиевым деталям.

ГАРТ: Так какие новые модели оборудования от «Лобачевского» клиенты смогут приобрести?

А. С.: Я могу сказать, что мы работаем сейчас над оборудованием для книжного переплета. Года через два-три предполагаем заняться системами цифровой печати. Как раз тогда, когда они получат максимальное распространение в коммерческой полиграфии. Планов много.



**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
СКЛАД**
ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

• Россия, 125426, Москва, Селезневский пер., 20
Тел./Факс: (495) 321-84-84
e-mail: info@cpol-mat.ru, www.cpol.ru

• Россия, 396084, Санкт-Петербург, ул. Цветочная, 18
Тел./Факс: (812) 331-00-11, 327-83-57
e-mail: sklad@pol-mat.ru, www.cpol.ru

Материальные ценности полиграфиста



**Материалы для
допечатных, печатных, послепечатных процессов**

- Фотоэмульсионная пленка и эмульсия в ванне (Kodak, Agfa).
- Монтажная основа и вспомогательные материалы.
- Сп-ж аналоговые пластины и эмульсия в ванне (Kodak, Agfa).
- Цветовые справочники Pantone.
- Краски для офсетной печати, Imperial Ink (Южная).
- Самосухая краска.
- Вспомогательные материалы для печатных процессов.
- Смазки и смазочные пластины.
- Чеклы для валков.

- Противостатические пластины.
- Пленка для припрессовки (ЛВС).
- Клей для параллельных процессов.
- Прокладка для проволочной системы (Lettner).
- Фольга для горячего тиснения.
- Лазерные материалы (Беллет).
- Пленка для лазерных принтеров.
- Прокладка и услуги заплаты ножей для фрезеровальных машин.

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**
на «бумажный»
ГАРТ

www.gart.ru

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

MAN Roland 700

Универсальный инструмент
для решения любых полиграфических задач

- **Диапазон** запечатываемого материала от 0,04 мм до 1 мм
- **Функциональные пакеты** QuickChange для самонаклада, печатных секций и лакового модуля – самая быстрая смена заказа
- **Холодное тиснение** металлизированной фольгой с последующей печатью по ней
- **Технология OkBalance** для поддержания стабильной печати всего тиража
- **Точнейшее воспроизведение цвета** при помощи технологии измерения и регулировки подачи краски по балансу серого





Юрий
ЗАХАРЖЕВСКИЙ

Домовенок Кузя:

— Запасы не меряны, убытки не считаны, разоримся — по миру пойдем!
— Это что, сказка такая?
— Это жизнь такая!

Время от времени почти в каждой типографии начинается бурная деятельность по установлению точного расхода материалов. Нет, я совсем не против учета и контроля. Они действительно

необходимы. Но вот попытки произвести их с помощью чисто административных методов поневоле создают нездоровые ассоциации с некоторыми старческим болезнями.

ЧТО СЧИТАЕМ

Расход бензина на 100 км — и то величина условная, зависящая от загрузки автомобиля, его возраста, режима движения, состояния дороги, вида резины и прочих тонкостей. А уж офсетное производство — куда как сложнее. Но мы продолжаем упорно высчитывать, сколько уходит на один оттик краски, изопропилового спирта, концентрата увлажнения, смазки, проявителя для пластин (!), пасты для очистки рук (!!).

При этом вроде все понимают, что реально это рассчитать невозможно. Проявитель, например, закачивается в процессор как с каждой новой пластиной,

так и просто время от времени — для подкрепления (собственно, у некоторых производителей химии проявитель и подкрепитель — это разные вещества, и считать их придется отдельно). Периодически проявитель надо менять. Зависит это от загрузки, которая далеко не всегда равномерна, и даже от сюжета на форме.

Про то, что разные сюжеты требуют разного количества краски, вроде бы и говорить ни к чему. А если для печати хитрого заказа с пантонами потребуются смывать несколько секций — как прикажете учесть потери краски, смывки и ветоши?

Одна смена печатников положила в кипсейку краску, а другая ее использовала на следующих заказах. Как считать будем? Перед каждым тиражом вынимать краску, смывать машину, взвешивать все с точностью до грамма? Ясно, что это глупость. Расход смывки, например, очень сильно зависит от запечатываемого материала. Причем, в зависимости от того, используется мелованная бумага или макулатурный картон, количество израсходованной смывки может отличаться в несколько раз. Разумеется, можно ограничить печатников, дать им норму смывки и смывочного полотна. Но тогда не факт, что резина будет смыта как следует.

К чему, собственно, все эти хлопоты? Если речь идет о борьбе с хищениями, то такой способ не слишком-то эффективен. Да и с чем сравнивать полученные цифры? С теоретическими расчетами поставщиков? Или с данными других типографий? И кто их видел, эти данные? В таком случае эффективнее подсчет фактически истраченных материалов. Например, немудрено подсчитать, сколько пластин было закуплено, а сколько — сдано в металлолом.

Для контроля за расходами материалами не по-

вредит система автоматизированного учета. Но ее покупка требует денег, а внедрение — определенных усилий. И тут зачастую оказывается, что не так уж этого и хочется — точно все учесть. Вот если бы задаром да само собой, по щучьему велению...

Разумеется, есть способы реально повысить эффективность работы и уменьшить расход материалов. Например, практически все производители современных печатных машин предлагают опции, позволяющие экономить краску, если при переходе на следующий тираж требуется смывка: количество подаваемой краски заранее уменьшается. Некоторые программы позволяют даже заранее готовить профиль печати следующего заказа. И бумагу на приладку можно экономить.

Но эти опции стоят соответствующих денег и недоступны в машинах, которые продаются сегодня на вторичном рынке. А главный их «недостаток» — при всей очевидности экономии не получится красиво отчитаться: вот, дорогие учредители, лично я спас столько-то килограмм краски и столько-то листов бумаги.

ЧТО ПОЛУЧИМ

Зная, насколько трудно рассчитать расход материалов в полиграфическом производстве, поневоле начинаешь скептически относиться и к разного рода вычислениям рентабельности и окупаемости. Такие обоснования обычно пытаются найти исполнители для инвесторов. Да, при желании можно составить некий бизнес-план. Но, говорят, даже в некоторых кредитных организациях давно уже поняли, что это совершенно необязательная бумажка. Поставщики, с одной стороны, неохотно дают обещания насчет окупаемости своего оборудования, поскольку прекрасно понимают, чего стоят все подоб-

МОБИЛЬНЫЙ ПЕРЕВОРОТЧИК СТОПЫ

**ПО ЦЕНЕ 6 ПАЛЛЕТ
БУМАГИ**



- Компактный, мобильный и простой в обращении механический перевертчик стопы
- Переворачивает стопу за 30 секунд!
- Уменьшает физическую нагрузку на печатников, устраняя необходимость в медленной и малопродуктивной ручной работе
- Единственный перевертчик, не оказывающий давления на стопу! Нет риска отмарывания свежотпечатанных оттисков!



EZturner 40-B

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
компания ЯМ Интернешнл

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ.: (495) 234 9000, 332 6420
E-MAIL: INFO@YAM.RU
www.yam.ru



ные расчеты. Но с другой — сами же способствуют такому нездоровому интересу. То и дело приходится слышать, что печатная машина, мол, зарабатывает деньги, а вот СТР — нет. Рассуждения такого рода кажутся мне абсолютно схоластическими, даже если к ним прилагаются бухгалтерские расчеты. Я уже приводил пример, когда участок вывода форм упо-

То и дело приходится слышать, что печатная машина, мол, зарабатывает деньги, а вот СТР — нет. Рассуждения такого рода кажутся мне абсолютно схоластическими

добляется дороге к заводу: да, прибыли она сама по себе не приносит, но как можно работать без нее? Как вообще можно высчитывать, что в типографии приносит прибыль, а что — нет? Тогда уж, может, стоит разобраться: приносят ли прибыль передаточные цилиндры или же только печатные секции? А в печатной секции что приносит прибыли больше: офсетный цилиндр или печатный? А устройство циркуляции увлажняющего раствора — как, приносит прибыль? Шутки шутками, я как-то видел рекламу — просто аттракцион невиданной щедрости: печатная машина продавалась в комплекте... с самонакладом! Поневоле призадумался: а может, можно печатать и без него? Ведь была же раньше ручная подача. Может, рентабельнее выйдет?

Или вот пример: стоит ли брать машину с шестью печатными секциями или хватит и пяти? Предположим, печатаются две работы СМΥК+Pantone, причем пантоны разные. Если на печатной машине шесть секций, есть вероятность совместить эти работы на одном листе. Это будет экономичнее, но как рассчитать прибыль? Другая сторона вопроса — надежность. Если одна печатная секция вышла из строя, шестикрасочная машина еще может выполнить обычный заказ СМΥК+Pantone. При поломке пятикрасочной машины придется срочно искать другую (хорошо, если в типографии такая машина не одна). Но как рассчитать прибыль от надежности?

Все-таки офсетное производство — слишком сложный процесс, в котором различные машины и технологии взаимно зависят друг от друга. Поэтому высчитывать рентабельность оборудования «в чистом поле» не совсем корректно, а точнее — совсем не корректно.

Год назад (ГАРТ 09-07) я взял на себя смелость утверждать, что 2008 год будет пиком расцвета традиционного офсета в России. К сожалению, я оказался слишком большим оптимистом, и кризис внес свои коррективы еще до окончания года. Впрочем, понятие «расцвет» довольно трудно определить точно. Будем считать, что именно на этот год придется пик покупок офсетных машин. Было бы интересно, конечно, сравнить продажи печатных машин за последние годы — как листовых, так и рулонных, причем было бы особенно интересно сравнить суммарный формат.

А дальше, как мне кажется, всем станет труднее — и продавцам, и полиграфистам. Не только из-за финансовых потрясений, но и в силу логики технического развития.

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



Что делать?

Надо было выбрать цитату, раз уж тему такую задали. Просмотрел по диагонали пару глав этого произведения классика. [beer!] Нет слов. И это [beer!] я должен был прочитать в девятом классе, видимо. Хорошо, что не читал [beer!]. Не успевал я тогда уже по литературе. Тройка была. Твердая ;-)

Тем не менее, вопрос остается. Люди звонят, спрашивают: «ну как там?», «что слышно...» Ну что слышно? Да, есть слухи о продаже оборудования типографиями, о том, что не все хорошо у некоторых поставщиков, о внезапно расторгнутых лизинговыми компаниями контрактах. Но эти проблемы возникли еще до сентября 2008 г., когда кризис в мире начал разворачиваться в полную силу.

У главного редактора есть личное мнение о сложившейся ситуации. Возможно, оно неверно, но кризис (назовем его финансовым) не есть главная проблема дня. Он просто инициировал быстрое развитие некоторых деструктивных процессов в отрасли, которые до этого протекали замедленными темпами.

САМОБИТНОСТЬ

Наша рекламно-коммерческая полиграфия много лет развивалась по законам ателье и мастерских «от кутюр», в крайнем случае, «прет-а-порте». Все хотели делать часы как Cartier и шить костюмы как Armani. Часы не всегда правильно шли, а костюмы хорошо сидели. Тем не менее, еще четыре года назад владельцы типографий пытались

строить бизнес «не хуже, чем в «Линейке». И это в то время, когда там доля «откуторных» заказов существенно сокращалась.

Теперь на каждом углу продаются китайские подделки, которые на взгляд непрофессионала очень похожи на Cartier. Но продаются всего за 50 долл., а не за 5 тыс. И доля заказчиков, которым нужен оригинальный продукт, которые могут за него заплатить, сократилась практически до нуля.

Американцы считают, что пессимисты в кризисные времена ничего не делают, а оптимисты пытаются хоть что-то изменить. Не стоит сразу примыкать к тем или другим. Сначала нужно хорошо подумать. Исходить из того, что кризис в разной мере коснется всех.

САМОАНАЛИЗ

Казалось бы, владельцу типографии (агентства или другого бизнеса) проще всего анализировать ситуацию на собственном предприятии. Понятно, что некоторую сумму в виде прибыли от текущей деятельности он может ежемесячно вынимать, но должен понимать, как она получается и почему.

Мы уже скоро год как твердим о реальной себестоимости собственного производства, публикуем картинку, что на правой полосе. Тем не менее, существует большая вероятность того, что многие наши ателье и мастерские все еще работают в минус, просто не задумываясь о реальных затратах. Поэтому первый совет владельцу очень простой. Посчитайте себестоимость «по-плохому», учитывайте все затраты. Ясно, что офсетная типография — не лазерный принтер, но я бы серьезно

рекомендовал это сделать именно сейчас. Накануне больших перемен.

Нет смысла сегодня принимать заказы, цена которых несколько больше стоимости бумаги. Проще взять оставшиеся деньги, половину отдать бомжам, а вторую перевести в «Фонд будущих поколений».

САМООЦЕНКА

Реально подходите к оценке собственного бизнеса. В условиях кризиса дисконт составит 30–50%. То есть возьмите рыночную стоимость имеющегося оборудования и умножьте ее на 0,7. Вычтите из полученной суммы долги

**Люди толкаются,
толкаются в одну
сторону только
потому, что не
слышат слова:
«а попробуйте-ко,
братцы, толкнуться
в другую», —
услышат и начнут
поворачиваться
направо кругом,
и пошли толкаться
в другую сторону**

Николай Гаврилович ЧЕРНЫШЕВСКИЙ
«Что делать?»

поставщикам. Получилось отрицательное число? Вот столько придется доплатить за то, чтобы избавиться от этого полиграфического бизнеса.

Не рассчитывайте, что покупатель накинёт что-то за долги ваших клиентов. Там дисконт может составить и 90%.

САМОВНУШЕНИЕ

Не верьте в мифы о кризисе и автоматизации. Пристрелите того, кто будет рекомендовать вам что-то купить в качестве 100% средства выживания. Он вас откровенно обманывает.

Ситуация меняется и, возможно, рабочая сила во время кризиса перестанет быть такой дорогой, какой была еще год назад. А вот простой десятикрасочной машины обойдется владельцу в два раза дороже, чем пяти-

ECONOMER 100/34,75 (50+34,75+9+6,25=100 ; -)



E C O N O M E R

красочной. Вы уверены в стабильной загрузке?

Невидимый многими Б. Гейтс сказал: «Автоматизация эффективного предприятия ведет к повышению его эффективности. Автоматизация неэффективного — повысит неэффективность» Поверьте, внедрение автоматизированной системы на предприятии займет от полугода до полутора лет. Даже если хозяин — сам программист. Возьмите стоимость системы, прибавьте стоимость потерянного времени, зарплату программистов. Умножьте на 1,5. Это будет оптимистичная оценка стоимости внедрения. Теперь перечитайте фразу Гейтса. Вы уверены, что ваше предприятие сегодня эффективно?

Вообще, все планы развития типографии сегодня необходимо пересмотреть, исходя из складывающейся конкретной ситуации. Никто не говорит, что нужно все от-

менить, наоборот. Кризис — это реально перспектива для роста. Капиталисты, придумавшие эту фразу, правы. Нужно только все очень хорошо посчитать. Оценки роста умножить на 0,7, а потерь — на 1,5. Да, и не забывайте, что проценты по кредитам и лизингам существенно изменились в сторону увеличения.

Для самовнушения есть хороший западный показатель — оборот на одного сотрудника. Понятно, что это достаточно условная вещь, но в Москве зарплаты сотрудников от американских, например, не отличаются в 10 раз, как это было в 1997 г. И цены на печать тоже. Если честно, то главный редактор не знает ни одной московской типографии, работающей на рынке рекламно-коммерческой продукции, которая имела бы оборот 100 тыс. долл. на сотрудника в год. А в Америке средняя — 164 тыс.

САМООКРУЖЕНИЕ

Кто вас окружает? Клиенты прежде всего. Какая первая ассоциация приходит в голову любому производственнику в кризисные времена? Клиенты — долги. Да, те типографии, которые еще в начале года не начали бороться с ростом дебеторской задолженности, могут теперь ощутить всю глубину кризиса.

Разумеется, есть условный «Вася», который обязательно заплатит. У нас есть официальный договор. Обещал через месяц. Теперь посчитайте, каков сегодня реальный процент по рублевым кредитам? 22? Какой курс доллара будет через месяц? Не знаете? Правильно. Исходя из этого и оцените «Васин» долг.

К сожалению, наша «дедолларизованная» экономика, скорее всего, в ближайшее время «редолларизируется». Вспомним цены в у.е. по курсу ЦБ плюс 3%.

может и отказаться, то вот бумагу и материалы надо все-таки у кого-то покупать. И поставщики ужесточают условия поставки. Они точно также в тисках между типографиями и производителями. Одни — не платят, другие — перестают отгружать в долг.

Есть один неправильный совет. Работайте только с надежными поставщиками. С теми, которых вы хорошо знаете. Поверьте, у самых плохоньких компаний, скорее всего, окажутся самые агрессивные коллекторы. И то, что поставщик, у которого ваша компания что-то купила в рассрочку, разорится, совсем не означает, что вам не придется этот долг отдавать.

Не хотелось бы прогнозировать возврат в начало 90-х, но именно такое развитие событий вполне возможно. Особенно в наших регионах.

САМОМНЕНИЕ

Ну что, неплохой получился обзорчик. Даже оптимистичный местами. Изложение такое по роману «Что делать?». Просьба учесть, что по литературе у автора была всего лишь тройка. Но тройка твердая ;-)

САМООБЕСПЕЧЕНИЕ

Неновая бумагоделательная машина где-нибудь в Финляндии сегодня практически ничего не стоит. Но выход ли это?

Если от приобретения оборудования типография

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ПРОДАЖА • СЕРВИС

 KONICA MINOLTA

HEIDELBERG

 GLUNZ & JENSEN

 wohlenberg

 stahl

 Böttcher

 THEIMER

TECHKON

 BEIL
HOFMANN
GERMANY

InitPress

(495) 988 - 34 88

www.initpress.ru

info@initpress.ru



ОКТОБЕРФЕСТ В ГЕЙДЕЛЬБЕРГЕ

В Германии прошли информационные дни компании Heidelberg. Это событие стало отличным поводом для организации VIP-тура, в котором приняли участие полиграфисты из России, Грузии и Армении.

Местом проведения мероприятия стал Print Media Center в Гейдельберге. Участники побывали на заводе в Вислохе, который является крупнейшим производством печатных машин в мире. В программу были включены посещения ведущих немецких типографий.

Даты проведения VIP-тура совпали с фестивалем пива Октоберфест в Мюнхене. Наши полиграфисты смогли активно поучаствовать во всех развлекательных мероприятиях фестиваля.



КБА Rapida 106 Инновационное чудо скорости переналадки

Начиная с Друпы 2004 высокотехнологичная листовая офсетная машина Rapida 105 является лидером рынка в среднем формате с точки зрения автоматизации, скорости, универсальности и инноваций. К Друпе 2008 Рапида 106 добавила еще в области времени переналадки, менеджмента качества, комфорта обслуживания, экономии макулатуры и рентабельности. Все на своих местах. Все в полном порядке. Все самое лучшее. Для новой генерации машин среднего формата Rapida 106 это реальность. Убедитесь в этом сами.

ООО «КБА РУС»:

119313 Москва, Ленинский проспект, 95а

Тел.: (495) 7821377, факс: 937-52-45

E-mail: kba@kba-print.ru Internet: www.kba-print.ru

Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге:

тел./факс (812) 764-45-00, (812) 575-74-26, e-mail: spb@kba-print.ru

Представительство в Сибири:

(383) 2181466, 8-913-202-5537, e-mail: gavrilchik@kba-print.ru

Представительство в Южном Федеральном округе:

8-919-871-59-99, e-mail: yutisheva@kba-print.ru

Представительство на Урале:

8-912-66-49-600, e-mail: osminin@kba-print.ru

Печатная машина
Speedmaster SM 52-4
за 300 евро в день



Специальная акция компании «Гейдельберг-СНГ» по поддержке малых и средних типографий

С 1 октября по 30 декабря 2008 года действуют уникальные условия на покупку печатной машины Heidelberg Speedmaster SM 52-4 поколения джура 2008: срок лизинга – 5 лет, ставка – 12% годовых, льготный период – 3 месяца. Предварительное решение о финансировании – в день подачи документов. Развивайте свой бизнес вместе с лидером!

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

HEIDELBERG