

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 6(37) ■ ИЮНЬ 2003

**ИМПОРТ
КАРТОННОЙ
УПАКОВКИ**

с. 30



УПАКОВКА

В НОМЕРЕ:

ПУТЬ ИЗ ДОЛЛАРА В ЕВРО	3
НУЖЕН. ЛЮКС!	12
НОВОСТИ	13 16
ГЛУБОКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ	18
КАРТОННАЯ УПАКОВКА. ИМПОРТ	30

Пусть рекламные агентства пересчитывают цены из евро в доллары и берут процент за валютные операции

А. Романов (с. 3)

Китайские машины существенно дешевле, но это решение — временное

В. Орлов (с. 14)

Немного утрируя, можно сказать, что в Германии все печатают немецкими красками, а во Франции — французскими

В. Самоловов (с. 28)



**Алексей
Геннадьевич
ФИЛАТОВ**
«Санкт-Петербургская
Образцовая
типография»
Генеральный
директор
СПб

ГАРТ: Алексей, предыдущее интервью нашему изданию Вы давали в октябре 2001 г. Это был номер, посвященный полиграфии С-Пб. Тема этого номера — промышленное производство упаковки, а Ваша фирма открывает в СПб новое производство.

А. Ф.: Не совсем так. Мы не создаем его с нуля, а просто хотим перевести свое производство картонной упаковки на отдельную новую площадку, ну и планируем существенно обновить по этому случаю парк оборудования.

Мы и сейчас работаем с упаковкой, но в старом здании катастрофически не хватает места как для складов, так и для нового оборудования. Поэтому мы и приобрели участок земли в районе станции метро «Старая Деревня», недалеко от действующего производства.

(Продолжение на с. 4)



**Владимир
Давидович
КРУТКОВСКИЙ**
«Ламбумиз»
Технический
директор

ГАРТ: Владимир Давидович, сколько лет предприятию «Ламбумиз»?

В. К.: Уже тридцать. В 1972 г. было смонтировано оборудование, и наш завод был запущен в эксплуатацию. Этот момент мы и считаем рождением предприятия.

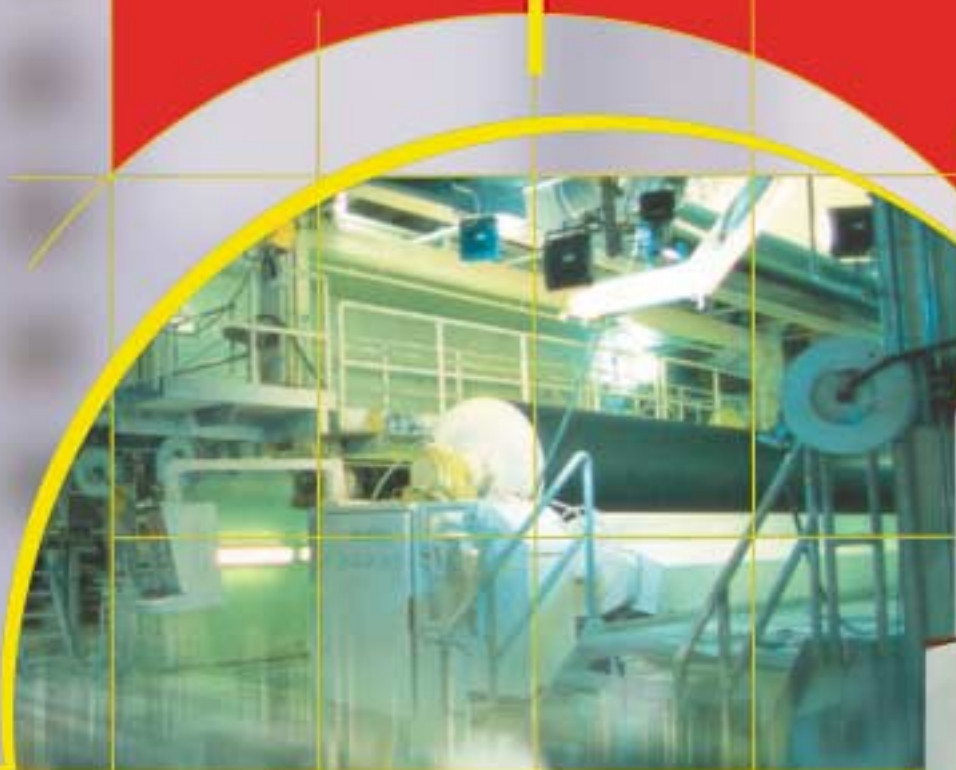
ГАРТ: Ваша основная специализация — это производство картонной упаковки для жидких продуктов?

В. К.: В свое время мы занимались многими видами тары: колбасной оболочкой, полистироловыми стаканчиками, рукавной пленкой, коробками под пельмени. Сейчас эти сегменты потихонечку стали нерентабельными. Остался лишь небольшой цех печати на гибкой упаковке, из остальных секторов мы ушли, сосредоточившись на производстве картонной упаковки для жидких продуктов.

(Продолжение на с. 6)

КАРТОН, СПОСОБНЫЙ НА ВСЁ

ВЫСЕЧКА
ВЫРУБКА
БИГОВКА
ФАЛЬЦОВКА



ENSOGLOSS (SBS)

PERFORMA WHITE (CTMP)

TAMWHITE (GC-1)

TAMBRITE (GC-2)

TAMFOLD (GC-2)

поставщик

Комус
П С Б К

Москва,
Аптекарский пер., 4
тел.: (095) 729-5464 (многокан.)
e-mail: sp_psbik@komus.net
<http://bumaga.komus.ru>

Волгоград	(8442) 97-13-66
Екатеринбург	(3432) 78-70-40
Казань	(8432) 18-54-54
Краснодар	(8612) 64-07-14
Нижний Новгород	(8312) 69-37-28
Новосибирск	(3832) 27-66-84
Омск	(3812) 51-28-28
Пермь	(3422) 22-22-42
Ростов-на-Дону	(8632) 90-22-20
Самара	(8462) 70-70-47
Санкт-Петербург	(812) 320-67-67
Саратов	(8452) 27-70-00
Уфа	(3472) 31-53-21
Челябинск	(3512) 71-22-55

ДЛЯ

**УПАКОВКИ
ОТКРЫТОК
ПАПОК
ВИЗИТОК**

производитель
STORAENSO™



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.kursiv.ru/gart**E-mail:** gart@kursiv.ru**Учредитель:** издательство «Курсив»**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru**Ведущий редактор:** Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru**Адрес редакции:**

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15, офис 217, издательство «Курсив»

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 264 3708**Подписано в печать:** 30.06.2003

Отпечатано в типографии «Август Борг»

Москва, ул. Верхняя Первомайская, д. 47, корп. 11

Телефон: (095) 965 0319, 965 0320

Заказ № 4697

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2003

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

**ПУТЬ ИЗ ДОЛЛАРА В ЕВРО**

Постоянные читатели знают, что номер, посвященный упаковке, мы делаем раз в год. Похоже, у нас появляются свои традиции, потому что на этот раз, как и в прошлом году, в номере присутствуют производители упаковки и оснастки для высечки, а также «традиционный» производитель шоколада. Мы постарались проанализировать проблемы производства упаковки в промышленных масштабах, перспективы глубокой печати и рынок печатных красок.

Неоднозначное впечатление оставила выставка «Росупак». Все было организовано на высоком уровне, но в этом году на выставке было не так много посетителей. Это отмечали все участники. Факт этот пока еще никто с научной точки зрения не объяснил. Я тоже предположений строить не буду. Посмотрим, как пройдет «Полиграф-Интер», тогда многое станет ясно.

Ну что ж, закончился «Росупак», а с ним и основные дела. Все вспомнили о том, что на улице лето... Мы с редакционным водителем вместо отпуска собираемся в недельную поездку по городам Поволжья. Будем изучать региональную полиграфию и состояние автомобильных дорог. Отчет — в следующем номере.

Есть еще одна тема, о которой пора поговорить: проблемы доллара и евро докатились и до полиграфии. Поставщики расходных материалов еще в прошлом году перевели свои прайс-листы в европейскую валюту. Кто под шумок успел и цены повысить, кто — нет, но краску и пластины типографии сегодня покупают за евро.

Надвигается переход на евро поставщиков бумаги. Правда, сами поставщики еще не договорились между собой о конкретной дате, но видимо, это случится еще до конца года. Конечно, перейдут не все сразу, а кто-то сумеет на этом еще и заработать денег.

Проблема в том, что все затраты по материалам у типографий будут измеряться в евро, а цены в российской полиграфии принято выставить в долла-

рах. Вот и витает идея о переходе на те же евро в расчетах с заказчиком. В конце июля пройдет встреча руководителей крупных московских типографий, на которой этот вопрос будет обсуждаться. Понятно, что общего решения десять-пятнадцать типографий выработать не смогут, но для некоторых вопрос о том, надо ли переходить на евро, уже не стоит. Надо.

На мой взгляд, проблема не в том, чтобы типографии договорились, когда они переходят на евро, с первого сентября или с 15-го. На крупных полиграфических производствах практически 100% заказов уже достаточно давно оплачиваются безналичными рублями. А вот конечный заказчик, который привык платить рекламному агентству 200 долл. за верстку и печать своей листовки, услышав, что это стоит теперь 170 евро, начнет нервничать и говорить, что у него нет евро, только доллары... Придется проблемы с конечным клиентом переложить на рекламные агентства — пусть пересчитывают цены типографий из евро в доллары и берут процент за валютные операции.

Может быть, конечно, завтра доллар сравняется с евро, и вся проблема на некоторое время сама собой исчезнет... Интересно, о чем договорятся типографии?

Лично я предложил бы обсудить очень простой вариант: перевести поставщиков материалов обратно на доллары. И все.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ИЮЛЬ 2003:
РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

АВГУСТ 2003:
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

СЕНТЯБРЬ 2003:
ОПЕРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ОКТАБРЬ 2003:
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ

AUGUSTBORG

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: типография
«Август Борг»

Комус

Бумага мелованная матовая
Galerie Art Silk плотностью 130 г/м²
предоставлена фирмой «Комус»

Алексей Геннадьевич ФИЛАТОВ

(Продолжение. Начало на с.1)

Вместе с участком нам досталось промышленное здание, недостроенное с советских времен. Несмотря на то, что строили его в свое время для себя специалисты-строители, после детального обследования стало ясно, что придется не только достраивать здание и восстанавливать разрушенное временем, но и исправлять конструктивные ошибки, допущенные при его проектировании. Сейчас, наконец, удалось привести в рабочее состояние цех, построить собственную электроподстанцию и, что самое непреодолимое, получить разрешения чиновников на подключение коммуникаций. На этой стадии потеряно много времени, причем, что самое обидное, времени на согласование, а не на строительство.

ГАРТ: Существуют разноречивые мнения по поводу того, как развивается наш рынок. Вы должны быть очень уверены в хороших перспективах, если решили создать новое производство.

А. Ф.: Сейчас полки магазинов пестрят красиво упакованными товарами отечественного производства. Если раньше о внешнем виде товара заботились в основном иностранные производители, организовавшие производство в нашей стране, то теперь всем стало ясно, что упаковка продает товар, и именно через нее происходит первый контакт покупателя и производителя. Соответственно, кто-то должен изготавливать всю эту красоту. А поскольку у нас уже есть опыт и имя в этой области, нам чуть-чуть легче осваивать технологии и двигаться вперед.

ГАРТ: Интересно, кто Ваши заказчики?

А. Ф.: Мы с самого начала не зацикливались на каком-то одном сегменте рынка, хотя это требовало понимания проблем производителей и стирального порошка, и шоколадных конфет, и посуды из нержавеющей стали. Поэтому сейчас мы умеем многое и сотрудничаем с ведущими производителями бытовой химии, пищевых продуктов и многих других товаров. Отличительными чертами нашего заказчика можно считать желание быть впереди конкурентов и выпускать достойную продукцию.

ГАРТ: Все-таки рынок производства упаковки за последние два года сильно изменился, или нет?

А. Ф.: Предприятия оправились после кризиса, начала развиваться кредитная система. В итоге появились новые, современные производства. Сейчас производители упаковки, будь то пласти-

ковая тара или картонная коробка, имеют достаточно современное оборудование. Отсюда и возросшее качество, и сложные конструкции...

ГАРТ: А как изменились сами заказчики, их требования?

А. Ф.: Требования клиентов растут постоянно, и это прекрасно. Ведь зачастую, именно по просьбе заказчика, конкурирующего с зарубежными коллегами, мы осваиваем новые технологии. А бывает и наоборот — наш заказчик не знает, что можно в России изготовить сложную, красивую, функциональную упаковку, а мы ему предлагаем такой вариант.

ГАРТ: Вернемся к новому производству. Кто делал проект, и почему там все сделано именно так?

А. Ф.: Мы делали проект сами, основываясь на собственном опыте, опыте коллег и рекомендациях специалистов. Новое здание постарались сделать как можно более удобным. Ровные одноуровневые полы в печатном цехе, на складе картона и готовой продукции позволяют транспортировать поддоны быстро и без больших усилий. Мы открыли их специальным составом, который не пылит, что очень важно. Конечно, предусмотрена и вентиляция, и отопление, ведь картон необходимо хранить в определенных условиях.

Будут сделаны удобные подъезды для автотранспорта, который привозит сырье и готовую продукцию. Объем производства достаточно большой, и на старой площадке иногда скапливаются очереди — мы просто не успеваем «обрабатывать» подъезжающие автомоби-

ли. А тут будет пандус, и погрузчик сможет забирать поддоны прямо из кузова.

Окна кабинетов руководителей производства и мастеров выходят непосредственно в цех. Конечно, марашки на листе из окна не видно, но в общем за процессом следить проще.

ГАРТ: Какое оборудование установлено в новом помещении и что еще Вы собираетесь приобрести?

А. Ф.: Пока установлена одна печатная машина — новый шестикрасочный Speedmaster CD-102 с лакировальной секцией и системой Autoplate, готовый к работе с красками и лаками УФ-фиксации, позволяющими печатать на пластике и ламинированном картоне. Еще один Speedmaster мы перевезем со старого производства на Черной Речке, как только новое полностью заработает. Ведь мы не можем остановиться, не можем прекратить отгрузку продукции нашим заказчикам, поскольку являемся, фактически, частью их технологической цепочки.

Из послепечатного оборудования уже установлены две машины для автоматической высечки. Еще планируются три линии для склейки коробок, промышленный ламинатор, универсальная лакировальная машина. Хотим приобрести машину для вклейки окошек. Таковую, чтобы можно было делать коробки любой сложности, включая упоминавшиеся в ГАРТ №6-02 шестигранники для конфет «Коркунов».

ГАРТ: Конкурировать с финнами сложно, в первую очередь, из-за цены мелованного картона, за который надо платить таможенные пошлины и НДС?

БЫЛО



СТАЛО



А. Ф.: Это больной вопрос для всех полиграфистов России. Мы можем предложить качество, хорошие сроки, лучший сервис, мы рядом, с нами проще договориться, что-то поменять в процессе производства тиража, но конкурировать по ценам непросто, а зачастую и невозможно. Конечно, высокая стоимость сырья отчасти компенсируется меньшими внутренними затратами, чем у европейских коллег. Мы бы с огромным удовольствием работали на отечественном картоне, но его практически нет. Картон «Нева», изготавливаемый под Питером, конечно, пригоден для упаковки, но, во-первых, его мало, а во-вторых, он макулатурный, что не всегда приемлемо. А целлюлозных мелованных картонов в России не производят. Так что фактически заградительные пошлины на картоны — вещь непонятная. Нечего защищать. Да если бы и было, мне кажется, что в отсутствии здоровой конкуренции развития нет — наша автомобильная промышленность тому яркий пример. Видимо, со временем все встанет на свои места, пока же приходится работать в этих условиях. Но мы справляемся.

ЗВЕЗДА РОССИИ

10 июня состоялось подведение итогов 8 Всероссийского конкурса на лучшую упаковку «Упаковка — Звезда России», проводимого ассоциацией «Союзупак» и КВЦ «Сокольники».

«Упаковка — Звезда России» — это национальная премия за упаковку. Победители конкурса традиционно участвуют в ежегодном международном конкурсе «Мировая Звезда упаковки» (World Star Packaging), проводимом Всемирной организацией упаковщиков (WPO), в работе жюри которого принимают участие представители ассоциации «Союзупак». В 2002 г. его победителями стали 7 российских упаковок.

В этом году конкурс снова выявил много интересных работ, достойных представлять Россию на мировом уровне. Организаторы уверены, что в Мировом конкурсе, который пройдет в октябре в Египте, российские упаковки вновь будут одними из лучших.

Перечислить обладателей Золотых медалей конкурса, так же как и разместить фотографии всех представленных на него работ, в этом коротком материале невозможно. Скажем только, что «Санкт-Петербургская Образцовая типография» — в числе призеров.

«МАУРИ ПРИНТ»



«КОНФЛЕКС»



«МУРМАНСКИЙ ТАРНЫЙ КОМБИНАТ»



EASYLAC®
Ein Betrieb der VEGRA-Unternehmensgruppe

УСТРОЙСТВО EASI-CLEANER

для фильтрации и рециркуляции увлажняющего раствора

- Для листовых, иллюстрационных и газетных офсетных машин
- Автоматический режим работы
- Фильтрация через керамические фильтры с порами менее 0,2 мкм
- Одновременное подключение к любому количеству печатных машин
- Более 95% возврата отфильтрованного увлажняющего раствора
- Не требует обслуживания



H.G.S.
GROUP
www.hgs.ru

117292 Москва ул. Дмитрия Ульянова, д. 6
тел.: (095)737 6270, факс: (095)125 2240

199034 Россия, Санкт-Петербург,
9-я лин. Васильевского о-ва, 12
тел.: (812)328 0248; факс: (812)323 2528

220034 Беларусь, Минск, ул. Чапаева, д. 5
тел.: (375172)36 4912; факс: (375172)17 0054

В СЛОВАРЬ ПОЛИГРАФИСТУ

РЕЦИРКУЛЯЦИЯ. Многократное полное или частичное возвращение потока жидкости в технологический процесс.



**Владилен Давидович
КРУЧКОВСКИЙ**

(Продолжение. Начало на с.1)

ГАРТ: А как все начиналось?

В. К.: В 60-е годы стали появляться автоматы производства Tetra Pak, но на них разливали продукт лишь немногие производители молока, ведь пакеты приходилось закупать у шведов. Затем было принято решение организовать производство картонной молочной упаковки и у нас. Тридцать лет назад в упаковке молочных продуктов господствовала бутылочная тара — не самый удобный вариант, поскольку она очень сложна в производстве. Кроме того, стеклотары не хватало для обеспечения всех предприятий, и большие объемы молока продавались в разлив.

Еще в середине 60-х гг. в Совете Министров было принято решение о создании собственной базы по производству упаковочных материалов. Так в Советском Союзе началось строительство сразу пяти упаковочных предприятий, а в 1972 г. почти одновременно все они были сданы в эксплуатацию. Московское производство было самым большим, здесь были установлены две линии по производству бумажных материалов. Был завод в Казахстане — в Семипалатинске, на Украине — в Фастове, он сейчас принадлежит Елораск, в Омске и Урюпинске.

Но самая первая линия по производству ламинированной бумаги для тетраэдров была установлена еще раньше в московском объединении «Молоко».

ГАРТ: В чем заключался процесс производства новой упаковки?

В. К.: Бумага-основа с одной стороны покрывалась полиэтиленом, потом наносилась печать, а затем с другой стороны — парафиновое покрытие. Продукция резалась на рулоны определенного размера и отправлялась на

молочные заводы. На упаковочной линии из материала образовывался рукав, затем он обрезался, сваривался и получались тетраэдры.

ГАРТ: А печать уже тогда была флексографская?

В. К.: Да, изначально была флексография.

ГАРТ: Советское или импортное оборудование?

В. К.: Импортное, под маркой Tetra Pak. В России за все годы, пока я работаю в этой отрасли, и в советское время, и сейчас, никто не задумывался о создании машин такого класса или даже близких. Делают только офсетные и флексографские для гофрокартона. Нет ни одного завода и ни одной инженерной группы, которая бы этим занималась.

Безусловно, Tetra Pak тоже не производит флексографского оборудования, хотя на машине была указана только эта торговая марка. Все годы работы мы только примерно представляли происхождение этих машин. Но это не столь важно. Они работали, и работали нормально.

ГАРТ: И работают до сих пор?

В. К.: У нас — уже нет, но в Омске, Семипалатинске и Урюпинске еще есть это оборудование.

ГАРТ: Сколько печатных секций было в этих машинах?

В. К.: Четыре. Но надо учитывать, что требования тогда были совсем другие! Были однокрасочные пакеты, двухкрасочные... В три краски — это уже совсем что-то невообразимое, а такого, чтобы в те времена печатали в четыре краски, я что-то и не помню.

ГАРТ: А как обстояли дела с загрузкой?

В. К.: Мы работали только на московское объединение «Молоко». Оно включало пять молокозаводов, каждый из которых производил в сутки до 500 т продукции. А потом еще построили «тысячник» в Лианозово... Молоко лилось рекой.

ГАРТ: И только «Ламбумиз» производил картонную упаковку?

В. К.: Для Москвы — да. Печатали огромнейшие тиражи упаковки для автоматов Tetra Pak.

ГАРТ: Но потом перешли на упаковку другой конструкции?

В. К.: Да, была одна проблема — пакеты текли. Мы считали: на весь Союз получалось около 10%. Это целая река молока. И происходило это не только из-за брака: и автоматы розлива работали

**Мы не сидели,
сложив руки.
Модернизацию
старого оборудования
провели своими
силами, но когда
поняли,
что «выжали»
из него все, стали
подбирать
новую машину**

из рук вон плохо, и молоко везли в тепле, поскольку не была развита транспортная система. Нас за эти потери куда только не вызывали. Так мы работали до 1982 г.

В конце 70-х — начале 80-х гг. в Москве появились первые автоматы розлива производства финской компании Елораск, использующие новый тип упаковки — «пюр-пак». Это был шаг вперед — более современная упаковка, более жесткая, более удобная. Естественно, сами пакеты покупали на заводе Елораск в Финляндии. В середине 80-х объем закупок достиг почти 1 млрд упаковок в год, и министерство приняло соответствующее постановление. В 1985 г. на «Ламбумизе» было демонтировано старое оборудование и установлено новое.

При этом производство работало, не останавливаясь ни на один день. Делали «тетра-брик», «тетра-пак», а потом, когда уже частично поставили новые линии, стали переходить на «пюр-пак».

Позже у Tetra Pak появилась подобная упаковка под названием «тетра-рекс». Неспециалисту сложно их различить. Единственное отличие — разное расположение шва на доннышке относительно гребешка.

ГАРТ: А процесс производства самого запечатываемого материала претерпевал изменения?

В. К.: Да. Парафинирование уже давно не применяется. Сейчас для изготовления молочной упаковки используется картон, ламинированный с двух сторон. В 1984 г. у нас появилась специальная установка для покрытия картона полиэтиленом. Хорошая, работает до сих пор.

Расходные материалы — картон-основа и полиэтилен. Картон наш, Сыктывкарский. Полиэтилен в гранулах — тоже отечественный. Краски, естественно, импортные, в России их никто не производит.

ГАРТ: Как бы Вы, основываясь на многолетнем опыте работы, оценили сегодняшнюю ситуацию в России? Что сейчас происходит на этом рынке?

В. К.: Сейчас мы — единственное российское предприятие на этом рынке, хотя, разумеется, на рынке мы не одни. В сегменте «бриков» господствует Tetra Pak, и никто даже не пытается это оспорить. Если посмотрите, в Москве сейчас только стерилизованное молоко, «настоящего» нет. Но в регионах, конечно, ситуация иная — там покупать молоко по такой цене никто не будет. На мой взгляд, стерилизованное молоко — все равно, что вода. Хотя, конечно, благодаря стерилизации оно может долго

ROLAND 900

Эффективная

HIEL - München

машина.

H.G.S.
G R O U P



Машину «**ROLAND 900**» отличает высокий уровень автоматизации. Она предназначена для листовой офсетной печати в промышленных масштабах и используется в печати упаковки, рекламной печати и издательском деле. Вам обеспечена большая экономическая эффективность производственного процесса, в том числе при печати небольших тиражей, и стандарт качества, свойственный среднему формату. Все это действительно для печати на бумаге и картоне, для многокрасочной печати – до восьми красок – и для самых разных вариантов поточного лакирования. Система электронного управления производственными процессами «**РЕСOM**» объединяет допечатные, печатные и послепечатные процессы в единое цифровое поточное производство.

Более подробную информацию о всех преимуществах машины «**ROLAND 900**» Вы можете получить по телефону: (095)737 6270, по факсу: (095)125 2240 или по адресу в Интернете: <http://www.hgs.ru>

**Владилен Давидович
КРУЧКОВСКИЙ**

(Окончание. Начало на с.1)

храниться прямо в магазинах, не требует специальных условий, поэтому Tetra Pak завоевывает рынок. «Вим-Билль-Дан», например, работает только с упаковкой производства Tetra Pak. Сами мы перестали делать «тетрабрик» только в этом году. Тут есть одна проблема: мы можем производить только классическую упаковку, а большинство автоматов по розливу уже переделаны на вытянутый в высоту пакет. Все защищено патентами. Tetra Pak — мировой монополист. Он имеет порядка 34% в мировом объеме упаковки для жидких продуктов, сеть предприятий по выпуску упаковки, множество предприятий по выпуску оборудования и большой сервис по молочным фермам. Конечно, мы были вынуждены отступить.

Но у нас есть свой сегмент — упаковка типа «пюр-пак», и здесь наш основной конкурент — Elopac. Производство на Украине было построено по тому же проекту, чем и наше. Потом, правда, завод был немножко перестроен и сейчас перестраивается.

Кто-то вложил немалые деньги в перевооружение Семипалатинского бумажно-тарного комбината. Комбинат хороший. Качество печати после перевооружения стало выше, чем у нас. Они купили новую печатную машину.

ГАРТ: Поэтому Вы и решили тоже приобрести новую машину?

В. К.: Конечно, мы никогда не сидели, сложа руки. Кое-какую модернизацию своего старого оборудования провели своими силами, но наше качество печати все равно отставало, ведь у нас были старые четырехкрасочные машины с печатными секциями открытого типа. Когда мы поняли, что «выжали» из них все, что могли, то стали подбирать новую машину.

ГАРТ: Видимо, выбирали долго, потому что машин сейчас на рынке очень много.

В. К.: Да, очень много, причем часто производители берутся сразу за все, а российские посредники — тем более. Например, очень много итальянских фирм делали нам предложения. Я сам ездил в Италию, смотрел.

Мы анализировали очень много проектов и предложений по этому типу оборудования, в том числе американское. Так что мы к этому шагу двигались очень долго. Года четыре. Ведь это дорогая штука. У нас было и

предложение от Bobst, но нам оно не подошло.

ГАРТ: А BHS выбрали из каких соображений?

В. К.: Естественно, мы уже имели представление о том, чье оборудование используют ведущие мировые производители. Наши специалисты ездят на выставки, собирают информацию, поэтому мы знали, что в последние годы фирма BHS стала продвигать свои машины именно в секторе печати на картоне для жидких продуктов. Мы выбрали эту компанию именно из-за специализации на данном направлении. Вместе с поставщиком BHS в России, компанией «Итрако», рассматривали разные варианты. В итоге остановились на шестикрасочной машине. Она работает с ламинированным картоном на скорости до 300 м/мин. Максимальная ширина полотна — 720 мм. Мы сейчас работаем с шириной 600 и 620 мм. Два литровых пакета и три по 0,5 л.

ГАРТ: Теперь, с установкой новой машины, Вы сможете успешно конкурировать с международными производителями?

В. К.: Конечно! Как видите, нам это удавалось и на старом оборудовании, однако теперь мы готовы удовлетворить любые требования заказчиков по качеству печати.



НОВЫЙ УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА

19 июня, в один из дней выставки «Росупак», компания «Итрако», представитель немецкого производителя печатных машин фирмы BHS Druk und Veredelungstechnik GmbH в России, пригласила журналистов посетить одно из крупнейших в Москве упаковочных производств — завод «Ламбумиз». Там, в действующем цеху предприятия, состоялась презентация печатной машины BHS Flexiline Compact AFL-7006. Событие знаменательно

еще и тем, что подобное оборудование установлено в СНГ впервые.

Шестикрасочная флексографская машина предназначена для производства упаковки жидких продуктов — молока, сметаны, йогуртов, напитков и т. п. — на основе ламинированного картона. Ширина запечатываемого полотна — 720 мм. Технология бесшестеренчатого привода позволяет плавно менять длину печатного оттиска. Конструкция гильз на формных цилиндрах вместе с системой управления машиной Promet позволяет до минимума сократить время перехода с заказа на заказ. Кроме того, Promet позволяет вести постоянный мониторинг за всеми производственными операциями, имеет автоматическую систему диагностики неисправностей, содержит в памяти базу данных и настроечных параметров по 10 тыс. заказов.

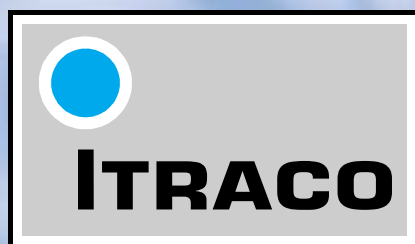
Машина может работать с ламинированным картоном, а также с другими материалами для упаковки жидких продуктов, в том числе кашированных фольгой. Плотность материалов — от 200 до 550 г/м², толщина — 0,2–0,76 мм. Модель Flexiline Compact AFL-7006 предназначена для работы с флексографскими красками на основе растворителя. В машине используется автоматическая размотка с двух рулонов. Максимальная скорость печати — 300 м/мин.

Новый владелец машины, предприятие «Ламбумиз», успешно работает на рынке упаковки для жидких продуктов с 1972 г. Его продукция пользуется спросом как в Москве, так и в отдаленных регионах России. Руководство завода надеется, что новая машина поможет добиться качества печати, соответствующего мировым стандартам. Присутствовавшие на презентации представители компаний BHS и «Итрако» заверили, что обеспечат владельцам помощь и поддержку в освоении машины, а также ее сервисное обслуживание.

ИДЕТ ПЕЧАТЬ



ВЫ ИЗГОТАВЛИВАЕТЕ КАРТОННУЮ УПАКОВКУ?



МЫ ПРЕДЛАГАЕМ:

**Флексографские
печатные машины**



BHS FlexLine Compact с бесшестеренным приводом

**Печать картонных складных коробок за один прогон
из рулона в вырубленную заготовку**

- вырубка плоского или ротационного типа с последующим выкладом
- картон до 600 г/м² и более, включая ламинированный
- ширина материала от 500 мм
- печать красками: спиртовыми, водными и УФ-отверждения

- Консультации
- Обучение
- Сервис

ЗАО «ИТРАКО»

Россия, Санкт-Петербург, 191123, наб. Робеспьера, д. 8/46

Тел. (812) 329 2900, факс (812) 329 2901

[Http://www.itraco.ru](http://www.itraco.ru), e-mail: russia@itraco.ru

Филиалы:

Москва (095) 937 5308, Санкт-Петербург (812) 326 8410, Екатеринбург (3432) 62 9873,
Казань (8432) 18 4410, Краснодар (8612) 60 3470, Н. Новгород (8312) 31 3791,
Новосибирск (3832) 10 6158, Ростов-на-Дону (8632) 53 0127, Самара (8462) 79 1461,
Тверь (0822) 49 0273, Киев (044) 495 2333, Днепропетровск (0562) 37 2690,
Харьков (0572) 17 7443, Минск (375-17) 286 1109, Алматы (3272) 93 8118,
Рига (371) 762 5568, **Продажа в регионах** (812) 326 8426



**Павел
Глебович
ЛЕОНОВ**
«Шоколадный Дом»
Генеральный
директор

ГАРТ: Павел, название компании говорит само за себя, и все же, расскажите в двух словах, какую именно шоколадную продукцию выпускает Ваше предприятие?

П. Л.: Мы специализируемся на фигурном шоколаде. Самым разным — от массового до эксклюзивного.

ГАРТ: И много фирм работает на этом рынке?

П. Л.: Фольгированным шоколадом занимаются кроме нас еще несколько предприятий, а вот на рынке декорированного шоколада мы — единственные.

ГАРТ: Этот номер ГАРТ посвящен производству упаковки в промышленных масштабах. У Вас же тиражи, видимо, небольшие.

П. Л.: Тиражи — да. Мы заказываем коробки и шоу-боксы, один тираж которых обычно составляет 10–20 тыс. печатных листов, но, с другой стороны, таких заказов достаточно много.

ГАРТ: Получилось так, что в номерах ГАРТ, посвященных упаковке, традиционно выступает с интервью производитель чего-то шоколадного: «Большевик», «Коркунов», теперь — «Шоколадный дом». Все до Вас говорили, что упаковку в России производить или не очень выгодно, или невозможно по причине отсутствия нужного оборудования. А каково Ваше мнение по этому поводу?

П. Л.: У нас, по сравнению с упомянутыми фабриками, конечно, масштабы поменьше, ведь на массовый рынок мы вышли только три-четыре года назад. Предприятие сравнительно небольшое, в нем работает 120 человек. Тем не менее, нам требуется целых три вида упаковки — картонные и пластиковые коробки, а также запечатанная фольга.

Некоторые проблемы с поиском российского производителя картонной упаковки на первых порах у нас были. Правда, мы их довольно быстро решили. Может быть, не в первой и не во второй типографии, но в конце концов нам сделали именно ту упаковку, кото-

**Мы на самом деле
очень придирчивые
заказчики — четко
представляем себе
роль и функции
упаковки, сами
полностью разраба-
тываем дизайн,
и поэтому требова-
ния к качеству у нас
самые высокие**

рая требовалась. А вообще у нас богатый опыт — в разное время мы поработали не меньше, чем с десятком типографий.

С пластиком — проще, поскольку это малотиражная продукция. Открою секрет: наша компания начиналась именно с производства эксклюзивной упаковки, в том числе и из пластика. Постепенно, в процессе развития, мы пришли к производству шоколада.

А вот с упаковкой из фольги, которая составляет довольно существенную долю наших заказов, есть некоторые сложности. «Саянская фольга» — единственная компания в России, которая этим занимается, а с монополистом договариваться сложнее.

ГАРТ: Может быть, проще все-таки заказывать упаковку за границей?

П. Л.: Я так не думаю. В нашей ситуации крайне важен хороший личный контакт с сотрудниками типографии. Да, миллионный тираж можно отправить на печать, например, в Италию. Возможно, это будет дешевле. Отпра-

вить, а потом сидеть здесь и ждать, что получится. Но это не наш случай. Мы не имеем возможности контролировать процесс производства всех наших заказов.

Большой ассортимент — а кроме перечисленных видов упаковки мы делаем и открытки, и всевозможные «придумки» — требует очень плотной работы с производителем. Для нас очень важно полное взаимопонимание. Чтобы получилось именно то, что мы задумали, наши дизайнеры должны постоянно общаться с конструкторами упаковки из типографии. При размещении каждого нового заказа очень важно, чтобы они понимали друг друга буквально с полуслова. «Заграница» в этом случае помочь не может.

«Шоколадный дом» в этом году выпускает на рынок пять новых продуктов. Сейчас как раз идет подготовка к их производству, и мы бываем в типографии «Линия График» практически каждый день.

ГАРТ: То есть, в результате долгих поисков вы все-таки остановились на «Линии График»?

П. Л.: Да, основной объем заказов мы уже достаточно давно размещаем в этой типографии. Начинались наши отношения не очень просто. Был момент в самом начале, когда чуть было не расстались. Мы ведь на самом деле очень придирчивые заказчики — четко представляем себе роль и функции упаковки, сами полностью разрабатываем дизайн, и поэтому требования к качеству у нас самые высокие.

Зато теперь мы сработались с «Линией График», прекрасно знаем технологические возможности и требования этой типографии, а они, в свою очередь, знают нас.

ГАРТ: А как Вы, как заказчик полиграфической продукции, оцениваете сегодняшнее состояние российской полиграфии?

П. Л.: Мне кажется, что она меняется к лучшему. Еще несколько лет назад цены на одинаковую продукцию в двух московских типографиях могли отличаться в несколько раз. Сегодня, по нашим наблюдениям, у хороших типографий эти цены практически одинаковые — если отличаются, то в пределах 5%.

ГАРТ: И все эти типографии Вас устраивают?

П. Л.: Некоторые из них — да. Мы работали с несколькими как московскими, так и региональными типографиями, и в целом я этим сотрудничеством остался доволен.

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

Если говорить о том, чего нам в идеале хотелось бы от полиграфистов, то надо вспомнить, что шоколадный бизнес — сезонный. Я бы даже сказал, что он «крайне сезонный», ведь 80% продукции мы отгружаем в течение октября-ноября. А пик производства, в том числе полиграфического, приходится на летние месяцы, когда денежных поступлений практически нет.

Если поставщики сырья, например, того же шоколада, готовы отгружать его в кредит на несколько месяцев, то ни с одним полиграфическим производством нам пока не удалось договориться о таких условиях.

ГАРТ: Ну, причина этого ясна. Прибыльность работы самых «раскрученных» типографий сегодня настолько низка, что кредитовать даже лучших клиентов на полгода они не в состоянии. В упаковочной отрасли существует

практика, когда производитель картона дает кредит очень крупным потребителям на срок 30–45 дней. Но и это не поможет решить проблему, ведь типография еще должна платить сотрудникам зарплату... Скорее всего, в Вашей ситуации необходимо обращаться к услугам финансовых организаций.

П. Л.: Возможно, но говоря это, я имел в виду идеальный вариант. Повторюсь, в работе с производителем упаковки для нас важнее не деньги, а взаимопонимание.

ГАРТ: Вы представляете, сколько читателей ГАРТ позвонят Вам после того, как увидят этот номер? Ведь для любого полиграфиста Ваши заказы покажутся очень выгодными.

П. Л.: Вполне вероятно. Но у меня совершенно определенная позиция: должны возникнуть очень веские причины для смены типографии, если ты успешно отработал с ней несколько лет. Я надеюсь, что у нас таких причин не возникнет.

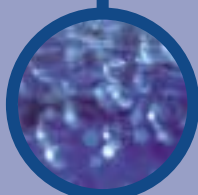
ШОКОЛАДНАЯ ПРОДУКЦИЯ «ШОКОЛАДНОГО ДОМА»



ВСЕ ЧТО НУЖНО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА!



Краски, лаки и вспомогательные материалы фирмы
Arets Graphics (Бельгия)



- Универсальные триады: **All Round, Nature Set, Fast Fresh IR**
- Триада повышенной интенсивности: **Nature Intensive**
- Триады, стойкие к истиранию: **2002 MAT, Nature Board**
- Краски по системе смешения **PANTONE**
- Фолиевые краски
- Флуоресцентные краски для видимой и невидимой области спектра
- Металлизированные краски
- Защитные краски
- УФ-краски
- Лаки: масляные лаки, дисперсионные лаки, УФ-лаки
- Вспомогательные материалы: большой ассортимент различных добавок для традиционных офсетных красок, УФ-красок и лаков, а также материалов для оптимального ведения печатного процесса.



РеаЛайн

Москва, ул. Лапина, д. 17а, офис 608, тел.: (095) 787-5905, факс: (095) 362-5142, e-mail: sales@realine.ru www.realine.ru

Санкт-Петербург, ул. Звенигородская, д. 11, тел.: (812) 325-8365, факс: (812) 325-8366, e-mail: realine_spb@hotmail.ru

Ростов-на-Дону, ул. Фрунзе, д.3, офис 21, тел./факс: (8632) 20-3742



Нужен люкс!

«Лето. Сокольники. Росупак». Это словосочетание стало в определенных кругах таким же привычным, как некогда «Мир. Труд. Май». Если полиграфичес-

кий год начинается и заканчивается в октябре, то упаковочный — в июне. Все подводят итоги и сторят планы. Все стараются завершить к дате начала выставки самые важные дела: покупку оборудования, заключение контрактов и т. п. Нам,

как изданию, проще. Мы оборудования не покупаем, хотя выставок ждем с не меньшим интересом, поскольку они дают самое важное — общую картину рынка.

На этот раз картина такая: судя по экспозиции, развернувшейся в Сокольниках в этом году, рынок российской упаковки пережил период бурного и неконтролируемого развития и достиг стабильности, которая ни в коей мере не является стагнацией. Просто все основные игроки заняли свои места и теперь пытаются устроиться на них с максимальным комфортом. Теперь уже понятно, где надо брать качественные материалы, на каком оборудовании лучше работать, а главное, сколько все это должно стоить.

По нашим ощущениям, полимерной упаковки было больше, чем картонной. Видимо, технологии ее производства стали более простыми и доступными, а сама она пользуется все большим спросом благодаря универсальности.

Еще одна любопытная вещь: такое важное направление в упаковке, как флексография, было представлено, мягко говоря, несколько однобоко. Еще два года назад, в 1991 г., выставка была просто напичкана узкоролонными флексомашинами. На этот раз не было ни одной. Что это: свидетельство насыщения рынка или, наоборот, того, что дела у продавцов идут очень хорошо и в демонстрации оборудования на выставке больше нет необходимости?

Но это все частности. Если же не измерять выставку количеством посетителей и оборудования, квадратными метрами площади и этажностью стендов, а занять позицию независимого наблюдателя, то можно заметить одну простую вещь: упаковка теперь делится не на плохую и хорошую, как

это было на заре становления отрасли, а на массовую и эксклюзивную.

Неоспоримые преимущества первой — высокая технологичность и гарантированное качество при относительно низкой себестоимости. Простая конструкция здесь, как правило, компенсируется профессиональным исполнением.

Второе направление — упаковка малотиражная, из экзотических материалов типа кожи, керамики и дерева, абсолютно нетехнологичная, почти всегда handmade. На зарубежных выставках такого не встретишь. Видимо, труд «бабушек», там стоит несколько дороже.

Да, в производстве элитная упаковка обходится недешево, но и прибыли приносит едва ли не больше, чем товар, который в ней содержится. Надо отметить, что интерес самих заказчиков к таким изыскам, как элитная или престижная упаковка, заметно обострился. Свидетельство тому — организация в рамках «Росупака» салона элитной упаковки «Люксупак 2003». Издательство «Курсив» тоже провело конференцию «Престижная упаковка: дизайн, маркетинг, производство». Впервые для широкой аудитории специалисты упаковочной отрасли затронули тему упаковки класса «люкс». О важнейших аспектах создания и использования престижной упаковки — от идей ее разработки до влияния на продажи товара — рассказали дизайнеры-конструкторы, поставщики материалов, производители, а также те, кто одними из первых стали использовать люкс-упаковку для своей продукции. Интерес к конференции подтверждает наши наблюдения: в Россию пришла упаковка класса «люкс».

Ну а раз это произошло, значит обычную делать уже научились.

Бумага для цифровой печати

Now!Print

digitalpapers



ПЕЧАТАЙ
СЕГОДНЯ!



Москва: (095) 232 2610
 Санкт-Петербург: (812) 329 9191

... и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ



О ЗАЩИТЕ ЦЕННОСТЕЙ

19 июня Издательство «Курсив» провело в московском отеле «Мариотт-Аврора» конференцию под названием «Современные способы защиты документов из Швейцарии».

Среди приглашенных были специалисты из всех подразделений Гознака, Минфина, Центробанка и других государственных организаций, ведающих выпуском ценных бумаг, а также представители типографий, име-

ющих лицензии на производство этого вида полиграфической продукции.

С докладами на конференции выступили специалисты по защитным технологиям из трех швейцарских компаний: Landqart, которая занимается производством специальных видов бумаг, в том числе бумагами для производства евро; OVD Kinegram, которая специализируется на особых видах голограмм и кинеграмм, а также Trueb, которая занимается производством пластиковых карточек с различными видами защиты, в том числе ID-карт.

Судя по интересу, который вызвала конференция, тема защиты документов на сегодняшний день является очень актуальной. Возможно, опыт зарубежных коллег найдет применение и в российском производстве ценных бумаг.



ТРАДИЦИОННАЯ РАФЛАБРАУНАДА

19 июня, во время проведения выставки «Росупак», компания «Александр Браун», совместно со своим партнером, фирмой Raflatas, во второй раз собрали своих клиентов — потребителей ролевых самоклеящихся материалов на «RaflАбраунаду».

Программа состояла из посещения Слиттер-терминала по резке самоклеящихся материалов и неофициальной части — барбекю.

На терминале приветственные слова перед гостями произнесли Генеральный директор «Александр Браун» Т. Мосина и представитель компании Raflatas Д. Стречин. Для гостей был

организован мини-фуршет. В неформальной обстановке клиенты ознакомились с оборудованием терминала и производственным процессом.

Впереди всех ждали шашлыки и прочие радости. Лето в этом году не жаркое, поэтому купания в водоемах отложили до следующей «RaflАбраунады». В целом же погода благоприятствовала событию — лишь начало мероприятия было отмечено коротким грибным дождиком. Дружный коллектив (почти 100 человек) с энтузиазмом отдался упоительному времяпрепровождению в кругу единомышленников под звон бокалов.

До наступления темноты народ веселился: участвовал в различных конкурсах, играл в спортивные игры, ну и конечно, танцевал до упаду. На память об этом мероприятии все увозили с собой не только множество приятных эмоций, но и сувениры — футболки с надписью «RaflАбраунада-2003».

VIP
VISION
IMAGE
PRINT



шагов
к Вашему
Успеху!

- ✓ VIP подход к клиенту
- ✓ Пробная установка оборудования в типографии
- ✓ Зачёт стоимости старых фотонаборных аппаратов
- ✓ 3 года гарантии на лазер
- ✓ Демонстрация оборудования в Москве
- ✓ Посещение завода и типографии в Дании
- ✓ Выгодные условия поставки офсетных пластин и химии для СТР

Pre-Press



Системы
Computer-to-Plate
и расходные
материалы

Группа компаний VIP-Системы

Россия, Москва
Тел.: (095) 258-67-03
Факс: (095) 318-02-74
secretary@vipsys.ru

Россия, Новосибирск
Тел.: (3832) 55-40-99
Факс: (3832) 55-58-28
vipsibir@online.nsk.su

Беларусь, Минск
Тел.: +375 (17) 233-93-19
Факс: +375 (17) 233-93-26
t@tusson.minsk.by

Германия, Штутгарт
Тел.: +49 (711) 601 789 0
Факс: +49 (711) 601 789 60
secretary@vipsystems.de

Украина, Киев
Тел.: +380 (44) 517-53-33
Факс: +380 (44) 517-51-00
secretary@vipsys.kiev.ua

Казахстан, Алматы
Тел./факс: +7 (3272) 69-19-07
Факс: +7 (3272) 69-46-20
vip_systems@nursat.kz

ВИП-Системы
www.vipsys.ru

AUTHORIZED RESELLER
ESKO | graphics®
EXPECT MORE



**Владимир
ОРЛОВ**

«Гейдельберг СНГ»
Продукт-специалист
по послепечатному
оборудованию

ГАРТ: Владимир, тема этого номера — производство упаковки в промышленных масштабах. Подчас, намного большую роль в этом процессе играет послепечатное оборудование для высечки, тиснения и склейки, чем сами печатные машины. Существует мнение, что для решения этих задач подходит только оборудование одной крупной швейцарской фирмы...

В. О.: Такая ситуация сложилась из-за того, что после многих лет лидерства на европейском рынке оборудования для автоматической высечки немецкая фирма Wura в силу финансовых обстоятельств была вынуждена на некоторое время приостановить работу. Первое место перешло к швейцарской фирме Bobst, которая успела с тех пор хорошо закрепиться на рынке. Теперь Wura возродилась под маркой WPM (Woschnik+Partner Maschinenbau), вошла в группу Jagenberg и, соответственно, после приобретения последней входит в структуру Heidelberg.

ГАРТ: Чем отличается представляемое WPM оборудование?

В. О.: Надо сразу сказать, что WPM — это оборудование для серьезных упаковочных производств. Выставка «Росупак 2003», на которой мы впервые показали высекальный пресс WPM модели 300 A, продемонстрировала, что интерес к такой технике очень велик.

Существует принципиальное отличие машин для высечки производства WPM от всех остальных. Только WPM имеют верхний подвижный стол, что позволяет делать высечку на скорости 7–8 тыс. ударов даже на бумаге 80 г/м². Никакие другие машины с этой бумагой на такой скорости работать не смогут.

Еще одно преимущество машин WPM заключается в том, что в каждой секции есть система приводки листа. Каждый раз, когда лист с помощью захватов передается из секции в секцию, система фиксирует его положение с помощью рычагов и выравнивает лист так, чтобы не было «перебега» или «недобега», что обеспечивает точное совмещение при каждой операции. Если говорить о других преимуществах, то

нельзя не отметить специальную заключенную раму, которая имеет гидравлическую систему фиксации штанцевальной формы, обеспечивающую сокращение времени на подготовку к высечке.

ГАРТ: А оснастка для высечки?

В. О.: WPM может использовать всю оснастку, изготовленную для Bobst и других производителей высекальных прессов.

ГАРТ: Если говорить о производстве упаковки в промышленных масштабах, то клиентов сегодня интересуют, видимо, не просто машины, а линии?

В. О.: Да, есть определенный круг клиентов, которые занимаются производством сигаретной упаковки. Им необходима не только секция удаления облоя, но и секция разделения заготовок. У WPM эти опции есть, кроме того, при необходимости мы можем предложить и опцию «логистики», обеспечивающую автоматическую подачу и удаление поддонов с заготовками и готовой продукцией.

ГАРТ: Ожидаете занять значительную долю российского рынка?

В. О.: Я полагаю, что резкого роста доли, конечно, не произойдет. Все-таки на рынке сильны позиции Bobst, кроме того, на сегодня очень много предложений по азиатским (китайским) машинам для автоматической высечки. Конечно, это совершенно другой уровень — и «сыпаться» они начинают быстро, и цепи у них тянутся... Тем не менее, конкурировать с китайцами непросто, ведь их машины существенно дешевле.

ГАРТ: Важные отделочные операции — горячее тиснение фольгой, блинтовое и конгревное тиснение. У Heidelberg ведь есть такое оборудование?

В. О.: Да, мы предлагаем для этого машины швейцарской фирмы GIETZ.

ГАРТ: Тоже Швейцария? Чем они отличаются от машин Bobst?

В. О.: Тем, что оборудование фирмы GIETZ изначально задумывалось и создавалось как профессиональная техника для тиснения сложных работ на тонких бумагах и плотном картоне. А Bobst — машины для высечки, которые могут быть оснащены модулем для горячего тиснения. Но, как вы понимаете, в этом случае невозможно достичь такого уровня качества горячего тиснения, который дает GIETZ.

ГАРТ: Качество — понятие растяжимое. В чем конкретно выражаются преимущества?

В. О.: Это стабильная машина. Она имеет возможность как продольной (до пяти устройств), так и поперечной (до

трех устройств) подачи фольги, что позволяет делать сложный дизайн, проработку самых тонких элементов и при этом самым экономичным способом. Производительность GIETZ на тонких бумагах составляет до 5 тыс. в час. Ни один производитель подобного оборудования не сможет достичь таких скоростных показателей, сохраняя высочайшее качество.

Существует специальная версия машины GIETZ, которая используется для нанесения голограмм на банкноты. Минимум на половину банкнот евро голограммы наносятся именно на оборудовании GIETZ. Решение этой задачи требует очень точного позиционирования, и GIETZ его обеспечивает.

ГАРТ: Судя по Вашим словам, можно предположить, что GIETZ оптимальна для производства этикеток?

В. О.: Не совсем так. GIETZ — универсальная машина, но с уклоном в производство упаковки. Для этикеточной продукции, где преобладают тонкие элементы, удобнее применять стоп-цилиндровые машины. Там в каждый момент времени давление прилагается только в месте касания талера и цилиндра — оно существенно выше, и мелкие элементы изображения прорабатываются очень хорошо. В тигельных машинах давление распределяется по всей площади, поэтому они больше подходят для работы с картоном.

Но GIETZ, установленный в типографии «Знак», активно используется в производстве этикеток, несмотря на то, что там с самого начала были две стоп-цилиндровые машины для тиснения. Преимущество GIETZ в том, что он может за один проход делать и тиснение, и конгрев. При том, что максимальная производительность стоп-цилиндровой машины около 1,5 тыс. в час, получается шестикратный выигрыш в производительности.

ГАРТ: Наверное, такие машины и стоят недешево?

В. О.: Конечно. Но GIETZ поставляет и восстановленные машины, до 80% де-

ВЫСЕКАЛЬНЫЙ ПРЕСС WPM 300A



талей в который заменены на новые. У нас есть опыт поставок таких машин в Россию, надеюсь, что будем заниматься этим и в дальнейшем.

ГАРТ: Перейдем к фальцевально-склеивающему оборудованию. В чем там проблема? Почему нужны дорогие линии, и нельзя обойтись китайской?

В. О.: Мой опыт говорит о том, что сейчас, как и несколько лет назад, типографии приобретают китайские машины по необходимости. Просто потому, что на другие им не хватает денег, а заказы есть и продукцию нужно делать. Да, китайские машины существенно дешевле, но это решение — временное, максимум на 1–2 года. Это видно и по тем компаниям, которые еще несколько лет назад приобрели китайское оборудование для высечки и склейки, а теперь готовы купить наше.

К вопросу о фальцевально-склеивающих линиях: согласен, все они строятся по одному принципу. Хочется лишь отметить, что немецкие машины Jagenberg, в отличие от китайских, работают по 20 лет и более. Причина в высоком технологическом уровне производства и продуманности конструкции.

Если вернуться к промышленному производству упаковки, то в линейке

Jagenberg есть машины с полу- и полностью автоматической системой переналадки. Они обеспечивают очень быструю перенастройку с заказа на заказ, и типография, которой нужно клеить самые разные коробки, сумеет получить выгоду от применения этих машин.

ГАРТ: Но эти машины тоже стоят очень дорого?

В. О.: Все относительно. Хорошая машина не может стоить дешево. И еще: для промышленного производства очень важно, чтобы оборудование постоянно находилось в работоспособном состоянии. А гарантией этому может служить только безупречный сервис, предоставляемый поставщиком. Мы в свое время, поставляя в «Черноголовку» машины Bobst в составе комплекса, столкнулись с тем, что в российском представительстве был один единственный сервисный инженер. Конечно, решить проблемы, возникавшие в процессе работы, было очень непросто. Мы такие ошибки повторять не будем, и в ближайшее время подготовим группу инженеров, которые смогут оперативно реагировать на все запросы клиентов.



HEIDELBERG — О ПОКУПКАХ

Во время выставки «Росупак 2003» прошла пресс-конференция компании Heidelberg, одной из главных тем которой стало приобретение крупнейшим производителем офсетных машин нескольких производств полиграфического оборудования, входивших в группу Jagenberg AG. Существовавший пробел в номенклатуре оборудования заполнен. Heidelberg теперь предлагает машины для высечки картонных коробок и фальцевально-склеивающие линии. Руководитель «Гейдельберг СНГ» В. Бабаев представил собравшимся анализ российского рынка упаковки и подчеркнул перспективность нового направления деятельности.

Бумага и сервис высокого качества



подтверждено сертификатом соответствия
требованиям международного стандарта ISO 9001:2000

(сертификат № 125141 от 23 января 2003г.)



РЕГЕНТ-АРТ
ТОРГОВАЯ СИСТЕМА

Торговая система «Регент-Арт»: Москва: (095) 789-8034, 924-0117 Филиалы ГК «Регент»: Алматы: (+7 3272) 74-2424
Екатеринбург: (3432) 56-1235 Казань: (8432) 12-9401 Киев: (+38 044) 458-2965 Краснодар: (8612) 22-7294
Минск: (+37 517) 228-73-74 Н.Новгород: (8312) 31-3100 Новосибирск: (3832) 12-5800 Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522
Самара: (8462) 35-3741 Санкт-Петербург: (812) 320-7170 Саратов: (8452) 45-9669 Тверь: (0822) 55-1116 Тула: (0872) 35-5736
Уфа: (3472) 32-9888 Поставки в регионы: Москва: (095) 956-6623, 956-6624 www.regent-art.ru



НОВЫЙ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ КВА

Общее собрание акционеров Koenig & Bauer AG (KBA), которое состоялось 26 июня 2003 г. в Вюрцбурге, стало последним официальным событием, в котором Райнхарт Зиверт выступил председателем правления компании. С 1 июля руководство правлением принимает на себя Альбрехт Больца-Шюнеманн, представитель шестого поколения семьи основателей концерна. Его брат, Клаус Больца-Шюнеманн, избран наблюдательным советом новым заместителем председателя правления.

Р. Зиверт пришел на фирму в 1965 г. как ассистент директора и с 1979 г. до конца июня 2003 г. отвечал в правлении за финансовые ресурсы. За это время он смог удвоить обороты концерна с 687,7 млн (1995 г.) до 1.353,8 млн евро (2002 г.). За то же время число сотрудников концерна КБА возросло с 6245 до примерно 7400 человек. Слияния с дочерними предприятиями Albert-Frankenthal AG в 1995 г. и KBA-Planeta AG в 1998 г., а также со швейцарским партнером — производителем ценных бумаг De La Rue Giori в 2001 г. были основными событиями тех восьми лет, в течение которых Р. Зиверт успешно руководил КБА.

Новый председатель правления, А. Больца-Шюнеманн, начал свою деятельность на КБА в 1983 г., а с 1987 г. является членом правления. С 1991 г. он отвечает за производство и продажу листовых офсетных машин, выпускаемых на заводе «Планета» в Радебойле. За прошедшие 12 лет он превратил это предприятие в крупнейшее машиностроительное производство в Восточной Германии. За период 1993–2002 гг. объем производства был увеличен в два раза, с 1995 г. производственная программа была полностью последовательно обновлена.

С ПЛЮСОМ

Начались поставки на российский рынок новой модификации машины марки EHD для горячего тиснения фольгой, а также блинтового и конгревного тиснения. Их осуществляет компания «Клюге» (США) через своего эксклюзивного дистрибутора в странах СНГ — фирму «ВИП-Системы».

Модель EHD Plus имеет новый тип боковых приводных рычагов таллера с ускорительным маховиком (side-arms) и, так же, как и предыдущая модель, позволяет работать с материалами в широком диапазоне плотностей — от этикеточных бумаг до картона.

Отличие EHD с приставкой Plus в том, что на сотовую плиту для крепления клише нанесена маркировка, упрощающая монтаж, добавлена регулировка степени вакуума присосок, то есть упрощенная настройка на разные материалы. Новый привод дает возможность снизить скорость работы машины до 900 циклов (минимальная скорость работы модели EHD составляет 1500 циклов), что позволяет выполнять блинтовое и конгревное тиснение на книжных крышках, а также на большой площади, например, при горячем тиснении фольгой этикетки. Опционально добавлен механизм регулирования усилия натиска.

ВСЛЕД ЗА СЕВЕРНОЙ АФРИКОЙ

17 июня было официально объявлено об объединении компании «Славника» (Переславль-Залесский) с международным холдингом Nordenia International. Фирма Nordenia была основана в Германии в 1966 г. В 1988 г. открылась ее первая дочерняя компания в США, в 1993 г. — в Испании и Венгрии, в 1996 г. — в Польше. В 1997 г. было начато производство в Азии и Северной Африке. В 2002 г. объем производства холдинга Nordenia составил 215 тыс. т или 600 млн евро.

Структура компании включает три производственных подразделения: потребительской упаковки, промышленных пленок и промышленной упаковки, а также подразделение, занимающееся стратегическим развитием. Теперь одно из крупнейших в России предприятий по производству гибкой упаковки займет место в этой структуре. Новоиспеченная «Норденция Славника» войдет в центрально- и восточноевропейскую группу (Nordenia CPD CEE Group) в рамках подразделения потребительской упаковки (CPD) холдинга Nordenia, куда входят также Nordenia Hungary (Венгрия) и Nordenia Polska (Польша).



Алексей ПОНОМАРЕНКО
Типография
«Миликон-сервис»
сменный мастер
пос. Щербинка,
Московская обл.

ГАРТ: Алексей, считается, что хорошие автоматические машины для высечки делают только в Европе, а остальные «не умеют» высекать, быстро рассыпаются и т. п. Что Вы, как сменный мастер, думаете по этому поводу?

А. П.: Совершенно неверное мнение. Я говорю это, основываясь на опыте работы с машинами SBL. Конечно, каждому свое: есть активные приверженцы Bobst, есть и те, кому нравятся китайские машины. Но в сравнении машины SBL ни в чем не уступают Bobst, а по удобству работы, возможно, даже превосходят их. А по соотношению цена-качество превосходят гарантировано.

Видно, что технология постоянно совершенствуется, оператору становится все проще работать. Раньше это была просто высечка, потом появилась секция удаления облоя. Не так давно была представлена машина, которая может делать еще и тиснение, и припрессовку фольги. SBL активно совершенствует свои машины.

ГАРТ: Но кое в чем они пока все-таки уступают? Например, в них нет секции разделения заготовок.

А. П.: Вот именно, пока. Я не могу ругаться за производителя, но судя по тому, насколько динамично развиваются эти машины, можно предположить, что секция для разделения заготовок у SBL появится через полгода-год. Кстати, уже сейчас доступны машины SBL нового поколения, которые имеют максимальное давление высечки 400 т и скоростной режим до 9 тыс. ударов в час.

ГАРТ: Есть мнение, что азиатские машины могут просто развалиться на части в процессе работы.

А. П.: Да, если Вы говорите о китайских, то такое возможно. Просто оборудование SBL для автоматической высечки делается на Тайване, поэтому оно существенно отличается от китайского. Правда, очень многое зависит от человека, который на машине работает. Если это нормальный, заинтересованный человек, он может и на китайской машине нормально проработать год, а если нет — можно и Bobst «убить» за неделю.

Но вообще, по тому, как машина делает удар, специалист может сразу понять, насколько хорошо она сделана. Машины SBL сделаны из хорошего металла, в них используются высококачественные подшипники, действует система автоматической смазки. Зарядка — нон-стоп. Нашу машину можно включить на скорость 7,5 тыс. в час, и она будет стабильно работать сутки. Попробуйте поработать на китайской машине в таком режиме — через некоторое время начнут рваться цепи или трескаться рама.

У нас был опыт работы на китайском оборудовании. Многие с него начинали, потому что недорого, даже по сравнению с SBL, а с Bobst — тем более. Покупали высечку и фальцевально-склеивающую линию, экономили достаточно много денег, но практически в первый же месяц начинались проблемы.

С SBL сравнивать нельзя. Она не рассыпается. Машина, которая стоит в этой типографии, уже полгода работает круглосуточно. И если за это время и возникали проблемы, то только из-за ошибок оператора.

ГАРТ: Полгода — небольшой срок. Что с ней станет через год?

А. П.: Первая автоматическая машина для высечки SBL была установлена в компании «Пакетти» два года назад. Я начинал работать на ней. Она работает без проблем до сих пор, в «Пакетти» теперь три машины SBL для высечки, которые в сутки делают около 100 тыс. ударов каждая. Компания развивается, но приобретает для высечки, склейки и лакирования только оборудование SBL, а это о чем-то говорит.

Что требуется от машины для высечки? Она должна стабильно «держат» давление в процессе работы, чтобы не было никаких «прыжков». SBL давление «держит». У нас есть постоянный заказчик, который занимается игральными картами. Он ради экономии сделал один штамп на полный формат, получилось 120 позиций для высечки. Это максимум, на что способна наша машина. Мы с некоторым опасением брались за этот заказ, потому что его нужно было высекать, используя полное давление. И ничего, машина справилась.

ГАРТ: Типография «Миликон» оснащена полуформатными печатными машинами, а высечка — полного формата. Вы сразу рассчитывали на то, что удастся получить большое количество заказов со стороны?



АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ В ЭТОЙ БЕСЕДЕ ПРИНИМАЛ ОПЕРАТОР ВЫСЕКАЛЬНОГО ПРЕССА SBL-1050 АЛЕКСЕЙ КОТЛЯРОВ

А. П.: Да, у нас есть постоянные заказчики, которым нужна высечка и склейка. Они приезжают и из Москвы, и из Твери, и из других городов. Сегодня очень многие заказчики стараются печататься там, где дешевле, то есть не в Москве. И им дешевле отпечатать, например, в Калуге, привезти к нам и сделать высечку и склейку.

Мы просчитывали экономическую составляющую: если две машины для высечки SBL работают круглосуточно, то через полгода они приносят деньги на третью. Попробуйте проделать что-то подобное с машинами Bobst!

Послепечатное оборудование SBL

Экспертиза, консультации,



Автоматический высекальный пресс SBL 1050SE



Финишная обработка — решающий этап в выполнении любого заказа. Квалифицированные специалисты компании «НИССА» помогут Вам укомплектовать линию послепечатного оборудования из агрегатов ведущих мировых производителей, оптимально соответствующую задачам Вашего производства.

Технология
партнёрства

nissacentre

- Прессы для высечки и тиснения фольгой
- Фальцевально-склеивающие линии
- Машины для выборочного или сплошного лакирования
- Листовые кашировальные машины
- Машины для каландрирования
- Машины для ламинирования листовой продукции
- Оборудование для изготовления конвертов и пакетов
- Листорезальные и бобинорезальные машины
- Автоматические обвязочные машины
- Крупноформатные листовые флексографские печатные машины
- Оборудование и линии по изготовлению гофрокартона

Ульяновск «НИССА-Волга» (8422) 365-175
Волгоград «НИССА-Регион» (8442) 735-095
Екатеринбург «НИССА-Урал» (3432) 469-947
Новосибирск «НИССА-Сибирь» (3832) 106-035

Фирма «НИССА Центр»
тел.: (095) 956-7719, факс: (095) 259-9589
<http://www.nissa.ru>, E-mail: nissa@nissa.ru



Глубокие перспективы

Разговоры о том, что глубокая печать в России нужна, ведутся уже много лет. Об этом говорят и полиграфисты, и заказчики упаковки, и издатели. Не считая типографий, работавших еще в СССР, до недавних пор в России глубокой печати практически не было. Если говорить о производстве упаковки в промышленных масштабах, которому посвящен этот номер, то наиболее ярким проявлением его, видимо, следует считать именно глубокую печать.

Плюсы и минусы

Принцип глубокой печати — один из самых логичных и простых. Он реализуется в рулонных машинах, имеющих необходимое число красочных секций. Каждая секция имеет пару — формный-печатный цилиндр, между которыми осуществляется проводка запечатываемого материала. Глубокой печать называется потому, что в качестве печатных элементов выступа-

ют углубления на формном цилиндре, объем которых соответствует необходимой интенсивности растровых точек. Вращаясь в ванне с краской, цилиндр набирает ее в углубления, избытки снимаются ракелем, после чего краска с формного цилиндра переносится на запечатываемый материал.

К сожалению, за многие годы так и не удалось найти приемлемое технологическое решение, способное упростить процесс производства формных цилиндров. Именно его отсутствие и является одним из основных препятствий к распространению глубокой печати, хотя на этот счет существуют и другие мнения. Изготовление форм для глубокой печати — сложный многоэтапный процесс. Сам цилиндр — стальной. Чтобы сделать форму, на его поверхность гальваническим способом наращивается слой меди (так называемая медная рубашка). После наращивания цилиндр подвергают шлифовке и полировке на специальных шлифовальных станках, обеспечивающих самую высокую чистоту обработки

поверхности и точно выдерживающих требуемый диаметр цилиндра. После этого на его рубашке создаются печатные элементы — ячейки разного объема. Для этого сегодня используются электроискровые, электро-механические устройства (гелиоклиштографы), а также устройства для лазерного гравирования (чаще косвенного, но есть варианты и с прямым гравированием). Цилиндры после нанесения изображения могут хромироваться, также гальваническим способом, тогда их ти-ражестойкость повышается до нескольких миллионов оттисков.

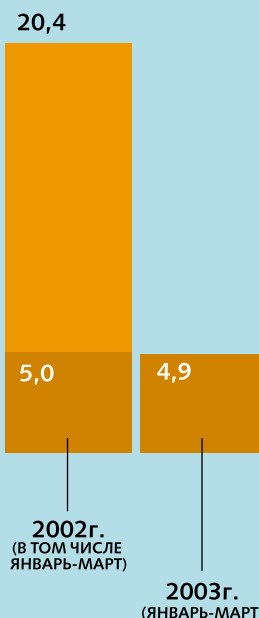
Зато когда необходимые для заказа формные цилиндры сделаны, можно печатать практически сразу после их установки на машину. Отходы — минимальны, а качество, по сравнению с другими способами печати — максимальное. Причем очень стабильное. Цилиндры могут храниться до повторного тиража и использоваться вновь. Скорость проводки запечатываемого материала у машин глубокой печати обычно высокая — несколько сотен метров в минуту. Отдельные модели могут работать на скорости 0,5 км/ч при ширине полотна в несколько метров. Получается, что это уникальные с точки зрения производительности и качества машины.

Где же они применяются? Есть три основных области применения машин глубокой печати.

Журнальное производство Хотя оно не имеет никакого отношения к упаковочной промышленности, его невозможно обойти вниманием в разговоре о перспективах глубокой печати. Нельзя забывать о том, что на некоторых упаковочных производствах до сих пор работают те самые машины глубокой печати, которые в свое время работа-

ГАРТ^{СТАТ}
ЖУРНАЛЫ

**ИМПОРТ В РОССИЮ
ПРОДУКЦИИ ИЗДА-
ТЕЛЬСКИХ ДОМОВ
«БУРДА» И «7 ДНЕЙ»,
ОТПЕЧАТАННОЙ
СПОСОБОМ ГЛУБО-
КОЙ ПЕЧАТИ (тыс. т)**



ли на журнальном производстве «Правды».

До сих пор производство определенных изданий возможно только на больших рулонных машинах глубокой печати. Офсетные журнальные машины с этой задачей не справляются по причине меньшего формата и более низкой производительности. Кроме того, глубокая печать позволяет применять более тонкие бумаги, что является дополнительным экономическим преимуществом.

Машины для глубокой печати журнальной продукции должны быть оснащены работающими в линию на полной скорости машины средствами для фальцовки, подборки и скрепления изданий. Только тогда преимущества производительности проявятся в полной мере.

В Европе уже несколько лет наблюдается застой в этом секторе, и мощности типографий недогружены. В России же на сегодня не осталось практически ни одного работающего журнально-производства глубокой печати. Разве что в Новосибирске, но машины, которые были установлены там еще в советские времена, уже не соответствуют современным

Пока не удалось найти технологическое решение, способное упростить процесс производства формных цилиндров. Это и есть одно из основных препятствий к распространению глубокой печати

требованиям. Возможно, производство с машинами глубокой печати скоро появится в типографии «Пресса-1». Там предполагается установить оборудование, приобретенное у одной из европейских типографий.

На самом деле, всем не дает покоя большой объем импорта в Россию журнальной продукции, отпечатанной способом глубокой печати в европейских типографиях. Основные импортеры — издательские дома «Бурда» и «7дней». По нашим оценкам, в 2003 г. суммарный импорт продукции глубокой печати этими издательскими домами составил не менее 20 тыс. т. По сравнению с этим объемом, в России доля производства журналов глубокой печатью составляет, видимо, 0%. Из этого следует вывод, что

перспективы глубокой печати в этом секторе неплохи. Все будет зависеть от профессионализма менеджеров и мастерства технологов. Если, конечно, найдутся нужные деньги.

Гибкая упаковка

Еще несколько лет назад производство гибкой упаковки в России практически отсутствовало. Одним из главных предметов спора была обертка для батончиков Mars. Всех интересовало, почему ее импортируют и сколько этот импорт составляет в деньгах.

Представители транснациональных корпораций отказывались переводить эту упаковку на флексографский способ печати, хотя соответствующие производственные мощности уже несколько лет назад были достаточными. О разнице в качестве флексографии и глубокой печати, видимо, уже написаны целые тома. Апологеты флексо- утверждают, что отличий нет, но заказчики почему-то не спешат переходить на новый способ печати. Что получится, если в соседних странах упаковки Mars будут отличаться по цвету?

Кстати, один из производителей цифровых печатных машин еще в конце 90-х гг. попросил своих дистрибуторов со всего мира привезти на очередную встречу образцы этикеток и упаковки таких брэндов, как Coca-Cola и Mars. Желаящие могут попробовать угадать, что получилось. Это была наглядная демонстрация того, что стабильная печать в четыре краски намного лучше, чем неконтролируемая печать разными смесевыми красками, похожими на «Snickers brown». Конечно, организаторы той экспозиции старались выбрать образцы, которые максимально демонстрировали существовавшие проблемы. Возможно, многие из них были подделками, но тем не менее...

УСПЕХ - ЭТО УСПЕТЬ



workflow

Допечатные системы для упаковки и этикетки

Предлагаемое нами решение - это полноценный инструмент для допечатного участка производства упаковки и этикетки с учетом требований всех полиграфических процессов - от флексо до глубокой печати.

БАЗОВЫЕ КОМПОНЕНТЫ СИСТЕМЫ:

Программа ArtPro -

для создания макетов упаковки и этикетки. В рамках этой программы объединены все инструменты, используемые при создании макета.

ПО управления допечатным процессом Nexus

учитывает все особенности допечатной подготовки упаковки и этикетки.

Устройства вывода AGFA -

вывод цветопробы, пленок, пластин.

Устройства вывода Dupont -

цветопробное решение, устройство прямого экспонирования флексоформ - CDI.

Контрольно-измерительное оборудование Viptronic, Gretag Macbeth

ARTPRO

Nexus

AGFA

DUPONT

Viptronic

GretagMacbeth

Дополнительную информацию Вы можете получить по тел. (095) 956-0404, sales@terem.ru у специалистов Компании Терем и на www.terem.ru



Москва: ул. Спартаковская 11
тел.: (095) 956-0404, факс: (095) 956-5518
e-mail: sales@terem.ru, www.terem.ru

Санкт-Петербург:
тел./факс: (812) 327-1031
e-mail: sales@terem.spb.ru

ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРЕМ

Видимо, качество флексографской печати в гибкой упаковке сегодня на самом деле максимально приблизилось к качеству глубокой. Но эти способы подразумевают разную допечатную подготовку — флексографский требует намного более квалифицированной технологической проработки. Возможно, это пока и останавливает заказчиков. Ведь дизайн упаковки повторяется не всегда. Бывает, что производитель вносит в него изменения в соответствии с рекламной акцией или просто со сменой сезона.

Что касается конструктивных особенностей, то машины глубокой печати для производства гибкой упаковки практически не требуют послепечатного оборудования. Печать ведется из рулона в рулон. Затем готовая продукция ламинируется, если

это необходимо, и разрезается на рулоны нужной ширины и длины. Эти операции производятся на отдельных машинах.

Сходные линии используются для печати обоев и ламинатов для мебельной индустрии, но это — продукция достаточно далекая от традиционной полиграфии, поэтому не будем отклоняться от темы.

В России за последние два года появилось несколько производств гибкой упаковки, оснащенных новыми машинами глубокой печати. Одно из них — очень большое, с тремя новыми широкорулонными машинами и современным участком допечатной подготовки.

Оценить объем производства этого вида продукции в России, тем не менее, очень сложно. Можно лишь привести два факта. В 200 г.

объем импорта в Россию гибкой упаковки компанией Mars LLC Russia составлял, по нашей информации, около 5 млн долл. В 2002 г. он составил 3 млн. Объем импорта фабрики «Большевик» за два года сократился с 600 до 200 т.

Производство картонных коробок

Применительно к России следует читать: «сигаретной упаковки». Рулонные машины глубокой печати для этой продукции имеют ширину около 800 мм и разнообразные секции отделки, подключенные в линию.

Видимо, производство упаковки для табачных изделий — одно из самых «промышленных» среди производств упаковки. По крайней мере, общий объем импорта этого вида продукции составляет около 50 тыс. т.

Мы неоднократно обращались к оценке долей импорта готовой продукции из этого сектора и производства ее в России. Результат пока неутешительный: очень большая доля сигаретной упаковки делается за рубежом. Остальное — на предприятии Amkor Rentch в Новгороде Великом, которое входит в структуру крупного мирового производителя сигаретной пачки — компании Amkor. Там установлены уже три линии для производства сигаретной пачки, но не новые, а перевезенные из тех стран, где у Amkor бизнес не пошел.

Основной клиент компании Amkor — British American Tobacco. Правда, по нашей информации, пока на этом предприятии производится только простая продукция, а пачки для сигарет класса «премиум» импортируются из Польши и Германии.

Еще одно предприятие, Westvaco Eastprint, создано при участии крупного мирового производителя упаковки — американской компании MeadWestvaco. Здесь в конце прошлого года установлена новая линия для печати сигаретной упаковки. По нашей информации, на момент сдачи номера в печать эта линия была введена в эксплуатацию, хотя производство еще не начато. Предполагаемый партнер Westvaco Eastprint — это Philip Morris.

На проблемы с производством формных цилиндров для печати сигаретной пачки накладываются еще и проблемы изготовления оснастки для тиснения и высечки. Это дополнительные этапы, требующие высокотехнологичного оборудования и соответствующих специалистов.

Пока эта оснастка импортируется из-за границы. Большинство установленных в России линий имеют секции не для ротационной, а

ТИПИЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ, ИЗГОТОВЛЕННОЙ СПОСОБОМ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ

ИД «Бурда» — одно из самых крупных издательств России. Российская «Бурда» началась в 1987 г. как совместное предприятие. В 1995 г. было создана дочерняя фирма, 100% акций которой принадлежит Hubert Burda Media. Первым иностранным журналом в России был Burda. Сейчас издательский дом выпускает журналы: Cool, «Вот так!», «Лиза», Cool Girl, Oops!, «Лиза. Мои любимые животные», Oops!, «Лиза. Кроссворды», «Круто», «Мой прекрасный сад», «Добрые советы», «Лучшие рецепты», «Дом в саду», «Мой ребенок», «Лиза Гороскоп», «Мой уютный дом», «Автокаталог», «Отдохни!», «АвтоМир», «Anna «Приятного аппетита!», «Burda «Приятного аппетита!», Burda, «Разгадай!», MINI, Playboy, Verena, «Цветы в доме», Chip, «Даша», «Правдивые истории», «Сделай паузу!»

Mars LLC Russia — крупнейший мировой производитель пищевых продуктов и кормов для домашних животных вышел на российский рынок в 1991 г. В августе 1995 г. в Ступино началось производство батончиков Mars, а на другом заводе в этом же районе — различных кормов для домашних животных. В 2002 г. в Новосибирске был открыт еще один завод по производству кормов для животных.

Mars LLC производит в России продукцию следующих торговых марок: Mars, Snickers, Milky Way, Bounty, Twix, Fint, M&M's, Derzhava, Rondo, Skittles, Tunes, Starburst, Pedigree, Chappi, Kitekat, Whiskas.

«БАТ Россия» — один из лидеров российского табачного рынка. Инвестиции «Бритиш Американ Табакко» в российскую экономику к 2003 году превысили 400 млн долл. «Бритиш Американ Табакко» открыла свое представительство в России в 1991 г. В 1994 г. «БАТ Россия» приобрела контрольный пакет Саратовской табачной фабрики и московской табачной фабрики «Ява». В 1996 г. произошло объединение российских подразделений компании в единую группу «Бритиш Американ Табакко Россия», а в 1999 г. — слияние «Бритиш Американ Табакко» с «Ротманс Интернэшнл». «БАТ Россия» стала владельцем «Ротманс-Нево» — одного из самых современных предприятий в табачной отрасли. «БАТ Россия» производит продукцию под маркой: Kent, Vogue, Pall Mall, «Ява Золотая», «Ява», Alliance, Lucky Strike, Dunhill, Rothmans, State Express 555, Dallas, «Прима», «Астра» и «Космос».



НОВЫЙ ВЗГЛЯД на бумагу

БУМАГА ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ И ОФИСА ОТ КОМПАНИИ "АЛЕКСАНДР БРАУН"

Компания "Александр Браун" — один из крупнейших в России поставщиков высококачественной импортной бумаги и картона ведущих европейских производителей. За 8 лет своей деятельности компания зарекомендовала себя как надежный партнер, обеспечивающий высокий уровень сервиса и предполагающий широкий ассортимент материалов, способный удовлетворить самые взыскательные требования клиентов.



БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

Если Вы пока 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

Основные виды продукции:

- ☐ Рекламно-коммерческая
- ☐ Газетная
- ☐ Бланочная
- ☐ Этикеточная
- ☐ Картонная упаковка
- ☐ Книжная
- ☐ Журнальная
- ☐ Беловая
- ☐ Гибкая упаковка

☐ прочее

Сколько человек работают в Вашей фирме?

- ☐ менее 10
- ☐ от 10 до 50
- ☐ от 50 до 100
- ☐ от 100 до 300
- ☐ более 300

Какое оборудование установлено у Вас?

- ☐ Допечатное
- ☐ Малоформатные офсетные машины (до 36×52 см)
- ☐ Полуформатные машины (до 52×74 см)
- ☐ Машины большого формата (70×100 см и больше)
- ☐ Рулонные офсетные печатные машины
- ☐ Узкорулонные флексографские машины (до 60 см)
- ☐ Широкоформатные флексографские машины

☐ прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

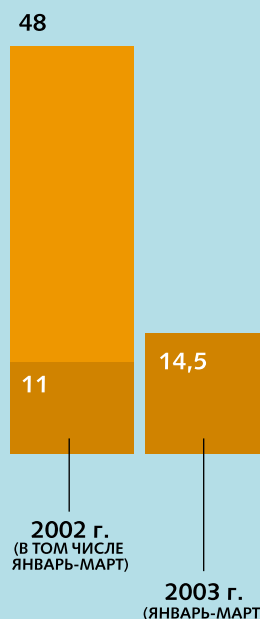
Должность:

Название фирмы:

Адрес:

ГАРТСТАТ БУМАГА

ИМПОРТ В РОССИЮ СИГАРЕТНОЙ УПАКОВКИ (тыс. т)



для плоской высечки, тем не менее, оснастку для них — так называемые «сэндвичи» — также делают пока только за границей.

Судя по той информации, которой мы обладаем, рассчитывать быстро выйти на рынок производства сигаретной упаковки новому российскому производителю не стоит.

Нам известно, что в России сегодня на различных стадиях проработки находятся несколько проектов, связанных с созданием таких производств, но крупнейшие мировые производители сигарет (а им сегодня принадлежат все более или менее крупные табачные производства в России) имеют своих постоянных партнеров, которые делают для них упаковку по всему миру.

Даже если истратить около 10 млн долл. на пару новых линий и необходимую инфраструктуру, наверняка

потребуется сертификат ISO 9001, а борьба за его получение отнимет еще не меньше года... Тем не менее, хотелось бы пожелать «нашим» успехов.

Машины глубокой печати идеально подходят для сигаретной упаковки, где повторяющиеся тиражи — самое обычное дело. Кстати, на этих же линиях можно производить и этикетку. Для массовых сортов пива она так и делается. Опять же, за границей. Причем этикетка «Золотой бочки» печатается глубокой печатью в шесть красок.

В качестве эпилога

Еще один интересный факт: в апреле принято Постановление Правительства РФ № 210 «О внесении изменений и дополнений в Таможенный тариф Российской Федерации». В соответствии с этим постановлением, введен новый код ТНВЭД — 4810929001. Под ним через границу может следовать «картон мелованный, в рулонах шириной более 29 см, с массой 1 м² не менее 180 г, но не более 250 г и толщиной не менее 200 мкм, но не более 350 мкм». Для товаров, импортируемых под этим кодом, постановление определяет в три раза меньшую ставку таможенной пошлины — 5%.

Некоторые из тех, кто пытается лоббировать интересы российской полиграфии, попробовали было приписать эту заслугу себе, но фактически это сделано для того, чтобы защитить «бедные» международные табачные компании, потому что рулонный картон в такой спецификации в России на 95% потребляется именно производителями сигаретной упаковки.

Правда, справедливости ради надо отметить, что послабление сделано пока только на 9 месяцев. Видимо, кто-то хочет понять, что в результате такого действия может родиться.

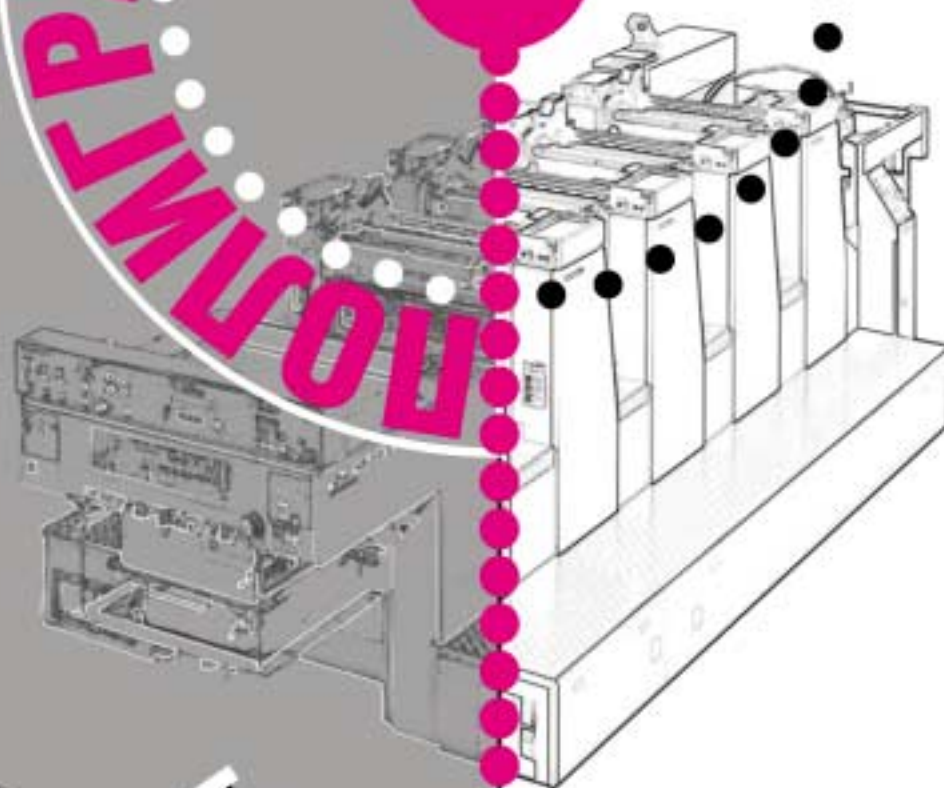
ГЛАВНАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА РОССИИ



13-я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО
ОБОРУДОВАНИЯ И ТЕХНОЛОГИЙ

ПОЛИГРАФИНТЕР 2003 27 - 31
октября

РОССИЯ МОСКВА КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»



СОКОЛЬНИКИ



МЕЖДУНАРОДНАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ПОЛИГРАФИСТОВ



Международная
Выставочная
Компания



СОЮЗ
МЕЖДУНАРОДНЫХ
ПЕЧАТНИКОВ



СОЮЗ
ВЫСТАВОК
И ПЕЧАТНИКОВ

www.polygraphinter.ru

Оргкомитет выставки: 107113 Москва,
Сокольнический вал, 1, пав. 4
Тел.: (095) 105-3417, 268-0709, 269-5866
Факс: (095) 268-0891, 105-3489
E-mail: es@mvk.ru



**Виктор
Николаевич
ИКОНИКОВ**

«Растр-технология»

Руководитель
направления
плоской
штанцевальной
оснастки

ГАРТ: Виктор, расскажите об основных тенденциях российского рынка штанцевальной оснастки.

В. И.: На сегодняшний день автоматических машин для высечки на рынке стало достаточно много. Соответственно, и производителей оснастки с каждым годом тоже становится все больше и больше. Рынок развивается, растет число сложных заказов. Например, в последнее время мы делаем очень много штампов с клише для выполнения операций высечки и конгревного тиснения за один прогон.

ГАРТ: Тема этого номера — изготовление упаковки в промышленных масштабах. Все-таки, чем же отличается штамп для малотиражной продукции от штампа, который используется в машинах для автоматической высечки? Видимо, точностью изготовления и качеством материалов?

В. И.: Однозначного ответа дать нельзя, потому что многое зависит от требований самого заказчика. Например, если тираж небольшой, но продукция изготавливается для какого-нибудь банка, оснастка для высечки не может быть низкого качества, даже если высекаться продукция будет на машине с ручной подачей.

ГАРТ: Не у всех такие высокие требования, как у банков. Получается, что если требования заказчика не очень высоки, а оборудование — не высокоскоростное, производитель может сэкономить на этапах проектирования и сборки?

В. И.: Все зависит от технического оснащения этого самого производителя. У нас, например, так не получается. Все равно все операции компьютеризированы. Используются автоматы для резки и других операций по обработке линеек, что исключает влияние человеческого фактора и существенно сокращает время на производство.

Компьютер хорош еще и тем, что вся конструкция штампа сохраняется в памяти, и если звонит какой-то клиент и говорит, что у него возникла проблема, мы можем в любой момент сделать запасной нож именно для этого элемента штампа.

На самом деле, практически все производители оснастки в Москве уже имеют оборудование с компьютерным управлением.

ГАРТ: А какова роль расходных материалов?

В. И.: Она очень велика. Нужно иметь уверенность в том, что линейки и резина имеют стабильное качество. Если нет, то никакого разговора о стабильном качестве штампов идти не может. Мы почти все материалы покупаем у нашего немецкого партнера — компании Karl Marbach GmbH & Co. KG. Это во многом гарантирует качество.

ГАРТ: На российском рынке уже достаточно много машин различных марок. А оснастка для каждой модели разная, или они все одинаковые?

В. И.: Они все разные. На сегодняшний день Bobst является лидером на этом рынке, и именно он устанавливает стандарты для оснастки. Остальные производители высекальных машин стараются сделать их совместимыми с оснасткой для Bobst, но тем не менее, различия почти всегда имеются. Оснастка может быть практически такой же, но отличаться в какой-то мелочи.

Как только на рынке появляется новая машина, приходится ехать смотреть на нее. Если же посмотреть не удастся, а необходимо сделать оснастку, то помогают специалисты Marbach — у них большой опыт. К их помощи пришлось обращаться, когда мы делали оснастку для машины WPM. Ее Heidelberg демонстрировал на выставке «Росупак 2003». Зачем изобретать велосипед, если есть люди, которые его уже изобрели.

Если же говорить об оснастке для секции удаления отходов, то здесь общепринятых стандартов практически нет. Высота элементов верхнего инструмента, который выбивает отходы, для машин разных производителей — разная. У европейских 50 мм, а у некоторых восточно-азиатских — 40 мм. Приходится использовать другие ленты и штифты, поролон другой толщины.

ГАРТ: Виктор, по Вашим наблюдениям, в России часто используются многосекционные машины, оснащенные секциями удаления отходов и разделения заготовок?

В. И.: Если говорить о закупаемом оборудовании, то многие машины для высечки приобретаются сегодня с секциями удаления отходов. Клиент просто уже достаточно хорошо представляет себе преимущества такой конфигурации. Зачем нужна автоматическая ма-

шина, если после ее работы необходимо вручную удалять отходы?

Что касается секций для разделения заготовок — таких машин в Москве и Подмосковье очень немного. Потребителей штампов, являющихся нашими клиентами, которые не имеют собственного производства оснастки с такими машинами — трое.

ГАРТ: Интересно, почему так мало?

В. И.: Тут есть некая проблема — тиражи становятся все короче, поэтому производство оснастки для разделения заготовок становится экономически неэффективным. К исключениям можно отнести, например, сигаретные коробки. Для них разделение заготовок — необходимая операция, поскольку потребители этой продукции, как правило, требуют поставки разделенных и пакетированных в определенном количестве кроев коробок.

На самом деле, даже производства, на которых есть машины для высечки, оснащенные секцией удаления отходов, далеко не всегда эту секцию используют. Одна из причин состоит в том, что на некоторых машинах все не так, как на прессах Bobst, где есть стол предварительной настройки оснастки. Особенно на китайских. Чтобы установить на них оснастку для удаления отходов нужно, грубо говоря, залезть в машину и ковыряться там продолжительное время. Проще и дешевле поручить удаление «бабушкам». Машина при этом не будет простаивать.

Например, один из владельцев китайской машины, который делает упаковку для крупного кондитерского производства, попросил нас сделать штамп для высечки с клише для конгревного тиснения и оснастку для удаления отходов. Мы все сделали, но уже второй месяц ждем, когда нас позвонят попробовать все это в деле, а у них все нет времени. Видимо, это просто не нужно.

ГАРТ: Но ведь производства развиваются и, наверное, рано или поздно придет время высокоскоростных машин?

В. И.: Вообще, потребности производителей упаковки в штанцевальном оборудовании, о котором мы сегодня говорим, очень различны. Определяется это выпускаемой продукцией: ее тиражностью, продажной ценой. Кому-то вполне достаточно пары тигельных машин с ручной подачей материала, а кому-то и двух машин Lemanic мало. Эти различия всегда были и всегда будут. А если говорить о самых скоростных машинах для высечки, то

это, видимо, рулонные машины для печати картонной упаковки с секциями плоской высечки типа упомянутой Lemanic и листовая машина Bobst Sprintera. К штампам и дополнительной оснастке, работающим на такой скорости, предъявляются совершенно другие требования. Там производительность достигает 12–15 тыс. в час. Это совсем другой порядок по сравнению с 7–8 тыс. для машин, которые сегодня распространены в России.

ГАРТ: А что, высокоскоростных в России пока нет?

В. И.: Листовых — пока нет, но есть рулонные с секцией плоской высечки. Нельзя сказать, что это актуальная на сегодняшний день тема, но со временем ее актуальность возрастет. Причину я вижу в том, что процесс создания иностранными компаниями новых производств по выпуску картонной упаковки в России все еще продолжается, и примеры тому имеются.

Пока же подавляющее большинство предприятий российского упаковочного рынка использует штампы на фанерной основе, за исключением некоторых производителей табачной упаковки. Крупные российские производители сигарет принадлежат западным компа-

ниям, поэтому изготовители упаковки для них вынуждены играть по правилам, устанавливаемым такими заказчиками, имеющими отлаженные связи с зарубежными производителями оснастки для высечки. В таких случаях оснастка покупается напрямую в Европе, а в услугах российских поставщиков они, как правило, не нуждаются. Немногие оставшиеся отечественные производители сигарет чувствуют себя не настолько хорошо, чтобы заказывать дорогую оснастку. Работают потихонечку, им вполне хватает по тиражестойкости фанерных штампов. Есть заказчики, у которых один фанерный штамп «ходит» несколько миллионов ударов. Приходится, конечно, его время от времени ремонтировать и контрматрицы из пертиакса заменять на новые, но заказчика это устраивает.

ГАРТ: Тогда давайте поговорим о тех технологиях, которые еще не пришли в Россию. Что ожидает нас в дальнейшем?

В. И.: Ну, кое-что из прогрессивных западных технологий благодаря нашему сотрудничеству с Marbach мы уже внедряли в свое производство. Это, во-первых, запатентованные режущие линейки повышенной износостойкости

thrower, а во-вторых, динамическая технология удаления отходов marbastrip. Ножи thrower при своей минимальной тиражестойкости 1 млн ударов (а лично мы фиксировали на своих штампах цифру 4 млн) дают и другие преимущества. Это значительное сокращение времени запуска нового тиража за счет экономии времени на правку штампа, а также возможность получать более стабильное качество биговки от первого до последнего листа тиража благодаря тому, что такие ножи менее традиционных подвержены уменьшению своей высоты в процессе износа. А как известно, именно этот эффект при использовании традиционного штампа с биговальными линейками и приводит к постепенному изменению параметров биговки в ходе тиража.

Оснастка удаления отходов, изготавливаемая по технологии marbastrip, опять же экономит клиенту время, поскольку отпадает необходимость в установке нижних машинных штифтов, без которых при использовании традиционной технологии не обойтись.

Если же говорить о специальных технологиях для высокоскоростных станцевальных машин, то существуют



РАСТР-ТЕХНОЛОГИЯ®

ВАШ НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР-ИЗГОТОВИТЕЛЬ ИНСТРУМЕНТА
ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА БУМАЖНО-КАРТОННОЙ УПАКОВКИ

В кратчайшие сроки и с гарантией качества спроектирует и изготовит
штанцевые формы любой сложности с учетом особенностей
Вашего производства, обеспечит послепродажный сервис,
доставку в любые регионы, поставку расходных материалов и
станков для ремонта штанцформ.



10 лет
качества



Ротационные штанцформы
для высечки изделий из
гофро- и микрогофрокартона



Полные комплекты оснастки
для станцевальных автоматов
BOBST AUTOPLATINE SP/SPO



Этикеточные штанцформы
для листовых прессов и
узкорулонных машин



Плоские штанцформы
для высечки коробок, лотков,
стендов, POS-материалов,
сувениров, пазлов и т.д.

www.r-tech.ru

Москва 232-3702, 333-7156 info@r-tech.ru	Обнинск, Калужская обл. (08439) 6-88-08, 6-88-82 obninsk@rt.kiam.ru	Самара (8462) 34-17-11 rastr@saminfo.ru	Снежинск, Челябинская обл. (35172) 3-27-47, r-tech@snezhinsk.ru
--	---	---	---

противоречие: для того, чтобы высеченные заготовки потом легче разделялись, нужно делать как можно меньше перемычек между ними. А чтобы разогнать машину до максимальной скорости, нужно, чтобы лист не развалился после выхода из секции высечки. Разваливается он чаще всего из-за деформации картона при биговке, особенно при использовании контрбиговок, наклеенных на плиту. Из-за перепада высот между плоскостями резания картона и его бигования возникает дополнительная деформация листа, растяжение картона, воздействующее на перемычки.

Существенно сократить деформацию можно, воспользовавшись цельной стальной контрпластиной с выгравированными или полученными методом электроэрозии каналами. Удобность это не дешевое, особенно последний вариант, но на длинных тиражах оно себя оправдывает. Есть также альтернативный способ, когда каналы для биговки в стальной пластине насквозь прорезаются лазером. Эта запатентованная Marbach технология Marbagrid является более экономичной по сравнению с ранее упомянутыми. Но такая пластина — одноразовая, для повторного тиража придется делать новую, поэтому область их применения достаточно ограничена.

Важно, что для работы со стальными контрпластинами привычные российскому производителю штампы с основанием из фанеры не подходят. Этот материал реагирует на влажность, и точность позиционирования линейки в нем — порядка $\pm 0,1$ мм, что не соответствует точности гравировки плиты, которая составляет $\pm 0,05$ мм. Вместо фанеры европейские производители применяют различные материалы, которые в России пока практически не использу-

ются. За исключением, может быть, штампов с основой из специального пластика пермаплекс (Permaplex), а также акрилового стекла, которые мы делаем для владельцев узкорулонных флексографских машин с секциями плоской высечки.

Как я уже говорил, одна из главных проблем промышленного производства — хорошая биговка. Ее качество проявляется на фальцевально-склеивающей линии. Marbach предлагает еще одну запатентованную технологию — биговальные пластины Rillplattenform. Такие пластины фрезеруются из алюминия и используются вместо традиционных биговальных линейек. Именно по такой технологии делаются обычно штампы для сигаретных пачек со скругленными углами. Эта технология была разработана в ходе работ по повышению производительности упаковочных машин компании Reemtsma. Использование новой технологии бигования позволило сократить необходимое усилие на фальцевально-склеивающей линии и повысить скорость работы линии в три раза. Та же технология помогает высекать тиражи на скоростях 10 тыс. циклов в час за счет разнесения во времени процессов бигования (сначала) и резания (затем), совмещенных при применении штампов с биговальными линейками. Это почти полностью устраняет воздействие напряжений растяжения в картоне на перемычки между заготовками, что позволяет им оставаться максимально прочными.

Кроме того, на скоростях более 10 тыс. циклов в час появляются проблемы со стабильностью удаления отходов в соответствующей секции станцавтоматов. Здесь Marbach также предложил решение, модернизируя свою же технологию, получившую название marbastrip-s. Кстати, эта техно-

логия официально рекомендуется компанией Bobst для применения на упомянутых уже новых машинах Sprintera. Нашей компанией эта инновация уже освоена, оснастка продается. Ведь она дает некоторые дополнительные преимущества и на более низких скоростях работы.

ГАРТ: Какие бывают варианты нефанерных штампов?

В. И.: Их несколько. Наиболее простой — использование специального пластика под названием Duramar, упороченного стекловолокном, который делает фирма Marbach. Паза для ножей режутся водой под большим давлением. Лазер здесь не используется, потому что тогда в процессе резки образуются токсичные газы. Это, по сути, промежуточный по тиражестойкости и стоимости вариант между фанерой и «сэндвичем».

«Сэндвич» — это самый на сегодняшний день дорогой вариант штампа. Его основа состоит из двух стальных пластин, пространство между которыми заполнено затвердевающей смолой.

ГАРТ: Как Вы думаете, через сколько лет все это появится в России?

В. И.: В России все это доступно уже сейчас, благодаря нашим иностранным партнерам. А вот когда возникнет устойчивый спрос, сказать сложно.



**Владимир
Анатолевич
КОПЫЛОВ**

Компания
«Лазерпак»

ГАРТ: Владимир, Вы давали интервью нашему журналу ровно год назад. Нам интересно узнать Ваше мнение о том, что изменилось в Вашей компании и на упаковочном рынке в целом за это время. Ведь год — это достаточный период для подведения итогов?

В. К.: Вполне достаточный. Знаете, с детства привык подводить какие-то итоги на Новый год, но специфика работы накладывает свой отпечаток — профессиональные итоги года подвожу именно летом, по прошествии или, точнее, во время выставки «Росупак», которая на сегодня действительно является самым значимым событием года в России и странах СНГ для всех, кто имеет какое-либо отношение к упаковке.

ГАРТ: В таком случае поделитесь, пожалуйста, своими наблюдениями: что изменилось на упаковочном рынке между прошлым годом и нынешним «Росупаком»?

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВЕСЬ ГАРТ
АРХИВ**

www.gart.ru

В. К.: Прошедший упаковочно-полиграфический год характеризуется, на мой взгляд, несколькими вещами. С одной стороны, темпы роста рынка существенно снизились, если сравнивать с предыдущими тремя годами. С другой стороны, на рынке происходят качественные изменения. Все больше прослеживается сегментация производителей картонной упаковки по определенным секторам рынка, при ужесточении ценовой конкуренции растет спрос на качественную упаковку.

ГАРТ: Ну а теперь перейдем от общего к частному. Как ситуация на рынке повлияла на развитие Вашей компании?

В. К.: Все изменения рынка заставляют меняться и нашу компанию, ведь необходимо идти в ногу со временем. Важным считаю то, что мы расширили миссию компании: «Обеспечить клиентам возможность эффективно производить качественную упаковку, используя технологию высечки».

Это не просто лозунг, поскольку за этими словами стоит предоставляемый нами комплекс услуг: изготовление оснастки для высечки картонной упаковки, поставка расходных материалов и консалтинг — техническая и технологическая поддержка.

ГАРТ: Направления деятельности «Лазерпак» существенно расширились по сравнению с прошлым годом!

В. К.: Да, и теперь мы прорабатываем отдельно каждое направление. Введен новый внутренний технологический стандарт. Теперь все ножи для коробочных штампов у нас обрабатываются на автоматическом оборудовании Cim-Line производства компании Elcede (Германия) с применением технологии изготовления вертикальных выемок на линиях сгиба.

В этом году «Лазерпак» вышел на рынок расходных материалов для высечки картонной упаковки. Хотя правильнее сказать, что нас «вытащили» клиенты. Мы просто пошли навстречу их пожеланиям.

Появился и новый пакет услуг в области обучения специалистов и технологической поддержки клиента. Фактически, он выделяется в отдельное направление бизнеса.

ГАРТ: Один из материалов этого номера посвящен сигаретной упаковке. Давайте поговорим об этом специфическом рынке.

В. К.: Компания «Лазерпак» на сегодня хорошо представлена на рынке вырубной оснастки для сигаретной упаковки. Я имею в виду локальные бренды. Однако требования к качеству растут непрерывно. Кроме того, все больше упаковки для international brand производится в России.

В нашей продуктовой линейке до этого года отсутствовали металлические штампы, так называемые hi-end, произведенные по «сэндвич-технологии», и металлические контрплиты с фрезерованными биговальными каналами. Поэтому нам был необходим партнер, который сократил бы путь на рынок упаковки для международных брендов, так как выход на этот рынок обеспечивает только сертификация продукции головными офисами компаний-производителей сигарет. Мы нашли такого партнера. Это ведущий европейский производитель вырубной оснастки, 90% продукции которого составляет оснастка для сигарет («сэндвич-штампы»).

На семинаре, который проходил в рамках выставки, компания «Лазерпак» объявила о партнерстве с SMR Stanztechnik (Швейцария) на территории России и стран СНГ. Штамп, которые производит SMR, вы-

держивают до 40 замен ножей. Из всех предложений на европейском рынке это рекордное количество.

Тиражи, на которых они работают — более 10 млн. Они находят применение, например, при изготовлении сигаретной упаковки со скругленными краями и большим количеством тиснения.

SMR Stanztechnik поставляет продукцию на все предприятия Amcor Rentch — одного из крупнейших в Европе концернов по производству сигаретной упаковки, в том числе на завод Amcor Rentch в Великом Новгороде.

А вообще на сегодняшний день продукция компании SMR сертифицирована такими известными международными табачными компаниями, как JT International, Philip Morris, BAT, Karelia и Ligett-Ducat, что говорит о качестве оснастки. Наверное, не надо объяснять, на-

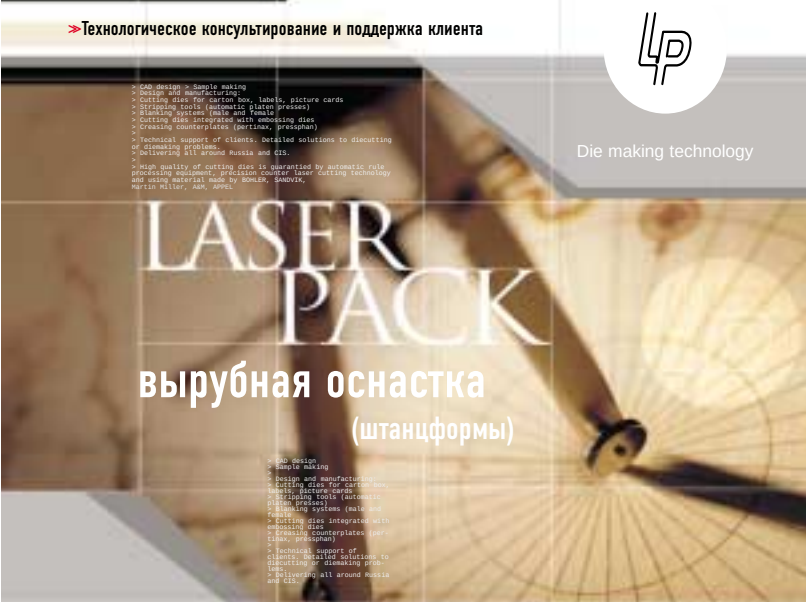
сколько для нас важно подписанное соглашение.

ГАРТ: И каковы условия партнерства?

В. К.: Обязательства «Лазерпак» — это продвижение продукции SMR на российском рынке и обслуживание (ремонт) вырубной оснастки SMR. Для этого есть объективные предпосылки — полная совместимость оборудования SMR и «Лазерпак», поскольку обе компании имеют одинаковые комплекты автоматического оборудования для обработки линеек Cim-Line.

Для нашей компании это партнерство означает возможность перейти на качественно новый уровень в плане технологии и предоставить своим клиентам продукт, который до сих пор фактически не присутствовал на рынке.

➤ Технологическое консультирование и поддержка клиента



**LASER
PACK**
вырубная оснастка
(штанцформы)

Die making technology

Расходные материалы

Для изготовления вырубной оснастки (штанцформы):

- линейки всех типов
- пробойники
- резина (эжекторные материалы)
- фанера

Для плоской высечки:

- биговальные каналы
- стальные контрплиты
- приправочная лента

Полный комплекс услуг по изготовлению вырубной оснастки для плоской высечки

Разработка и макетирование картонной упаковки

Вырубные штампы (штанцформы):

- на фанерном основании
- пермоплекс
- сэндвич-штампы

Для плоской высечки:

- биговальные контрплиты
- пертинакс
- прессшпан
- стальная плита

Оснастка для секции удаления отходов

Оснастка для секции разделения заготовок

Доставка по Москве
Отправка во все регионы России и СНГ

141190, г. Фрязино, Московская область, Заводской проезд, д.3
 тел.: 095/7771317 (многоканальный)
 E-mail: INFO@LASERPACK.RU - общая информация
 ORDER@LASERPACK.RU - отдел продаж

ЛАЗЕРПАК

➤ <http://WWW.LASERPACK.RU>



**Виктор
САМОЛОВ**

«Акзо Нобель Инкс»
Глава
представительства

ГАРТ: Виктор, расскажите, как обстоят дела на российском рынке печатных красок?

В. С.: Трудно однозначно ответить. Для нас, например, прошлый год был очень успешным, а вот начало 2003 г. — менее оптимистичным. Хотя это и вписывается в традиционное для многих рынков замедление активности в первые месяцы года. Но первый квартал этого года был существенно хуже для многих игроков российского полиграфического рынка. Правда, во втором квартале ситуация, как мне кажется, улучшилась. Так что общая положительная динамика объема продаж, я надеюсь, сохранится на уровне прошлого года.

ГАРТ: Судя по статистике этого года, в первом квартале красок импортировано 4 тыс. т, что даже больше, чем в первом квартале 2002 г.?

В. С.: Для кого-то, возможно, сезонные колебания не были столь заметны. Все зависит от секторов, где те или поставщики лучше представлены.

ГАРТ: Спад произошел во многих секторах рынка?

В. С.: Мне кажется, рано называть это спадом, лучше использовать слово «стагнация». Мы, например, ощутили негативные тенденции на рынке обоев.

ГАРТ: Мы сделали оценку импорта печатных красок в Россию в 2002 г. Получи-

лось, что общий объем составил около 18 тыс. т, из них доля Akzo Nobel — около 1 тыс. т?

В. С.: Я могу сказать, что наш реальный объем в 2002 г. был более 1,5 тыс. т. Суммарный импорт, по-моему, тоже больше объявленных Вами цифр, но насколько, не решусь сказать наверняка.

ГАРТ: Мы не могли ошибиться в полтора раза. Видимо, Ваши краски импортируются и по другим кодам, не только по 3215 (краски полиграфические).

В. С.: Конечно, поскольку мы поставляем в страну не только краски, но и отдельные их компоненты: лаки, добавки и растворители, имеющие другие коды ТНВЭД.

В Вашей оценке рынка меня, как, впрочем, наверняка и многих других, больше всего интересовала бы ситуация в отдельных секторах: листовые офсетные краски, краски для рулонной офсетной печати, жидкие краски — для флексо и глубокой печати, краски для узкорулонных машин и пр.

ГАРТ: Мы ставили перед собой достаточно скромную задачу: оценить именно общий объем импорта. На самом деле, сложно выделять в таможенной статистике даже производителей красок, а уж про их назначение и говорить нечего.

В. С.: Да, но мы пытаемся собственные результаты как-то спроецировать на объем рынка. Например, сегмент жидких печатных красок в объеме продаж «Акзо Нобель Инкс» составляет самую большую долю. Наверное, мы находимся где-то на четвертой позиции, причем наша доля составляет порядка 12–15%. В других же сегментах, например, в рулонных офсетных красках, наша доля была существенно меньше.

ГАРТ: Но теперь ситуация, видимо, изменится?

В. С.: Видимо, да. Недавно Akzo Nobel Inks приобрел бельгийскую компанию Trenal. Это известный своим качеством производитель газетных красок (Coldset) и красок для рулонной журнальной печати (Heatset).

Теперь по производственным мощностям в Европе Akzo Nobel Inks, вероятно, делит второе и третье место. Хотя в целом наша компания на европейском рынке занимает 6-7 место.

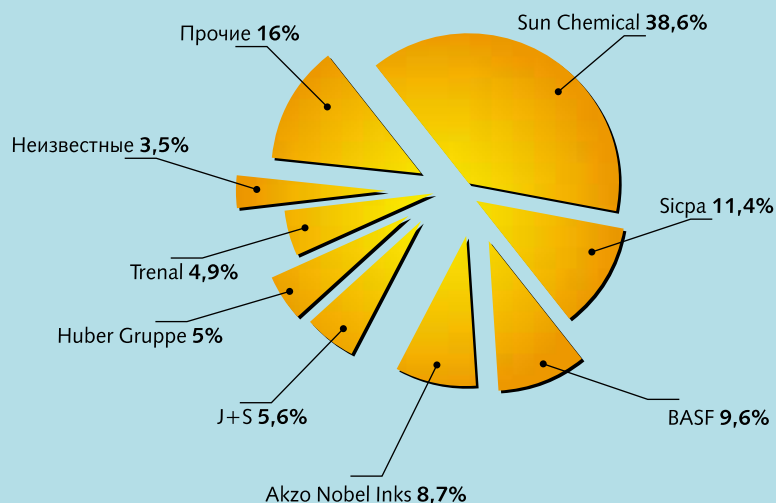
Европейский и российский рынки, кстати, сильно отличаются, и доли производителей на них совсем не обязательно должны быть одинаковыми. В Европе очень силен протекционизм, поэтому, немного утрируя, можно сказать, что в Германии все печатают немецкими красками, а во Франции — французскими. Все это закономерно, и доля Akzo Nobel Inks, как скандинавской компании, на европейском рынке в целом не так велика, но заметно больше на севере Европы.

ГАРТ: Интересно, а как делится рынок Финляндии?

В. С.: Это отдельная история. В стране, где проживают 5 млн человек — как в Питере — есть четыре фабрики по производству печатных красок: Akzo Nobel Inks, Coates Lorilleux, Sicpa и Sun Chemical. После того, как

ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПЕЧАТНЫХ КРАСОК ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ СПОСОБОВ ПЕЧАТИ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ИМПОРТА В РОССИЮ В 2002 г.

Общий объем импорта 18,2 тыс. т



Coates Lorilleux вошла в состав Sun Chemical, можно говорить об одной компании, но после продажи компанией Sicra своего бизнеса красок для рулонной печати

Европейский и российский рынки сильно отличаются, и доли производителей на них совсем не обязательно должны быть одинаковыми

компании Flint Schmidt их опять стало четыре.

ГАРТ: А объем продаж Akzo Nobel Inks в России больше, чем в Финляндии?

В. С.: В количественном измерении, наверное, они сравнимы, но в зависимости от сегмента ситуация разная. Например, в Финляндии у Akzo хорошие позиции в сегменте рулонной газетной печати. Если говорить о Финляндии в целом, то можно отметить: очень хорошо развит рынок печати журнальной продукции — heat set. Не случайно ведь минимум половина российских журналов до сих пор печатается там...

ГАРТ: Получается, что Вы в России теперь будете уделять намного больше внимания рулонному офсету?

В. С.: Смотря что подразумевать под вниманием. Цель нашей компании — способствовать успеху Trepal, тем более, что, судя и по Вашим оценкам, краскам Trepal, принадлежит примерно 15% рынка ротационного офсета, что составляет около 5% общего объема рынка.

ГАРТ: А каковы планы Вашей компании относительно других сегментов рынка печатных красок?

В. С.: Мы планируем более активно продвигать краски для листового офсета, чтобы увеличить нашу долю в этом сегменте, активнее привлекать клиентов. Хотелось бы подчеркнуть, что наш клиент — это производитель высококачественной цветной продукции, и наша стратегия конкурентной борьбы основана на этом. Планируем вывести на Российский рынок в этом году две новинки — краски на минеральных и растительных маслах.

ГАРТ: А что скажете про жидкие краски?

В. С.: В ближайшее время в Москве будет установлена станция для смешивания спиртовых красок, которая позволит из стандартных компонентов получать спиртовые краски различных серий и цветов. Следующим этапом станет установка станции для смешивания водных красок. Мы предполагаем достаточно активно вести себя на этом рынке.

ГАРТ: Тяжело ли конкурировать с компаниями крупнее Вас, имеющими больше ресурсов?

В. С.: Конечно, трудно. Но радует то, что конкуренция не всегда ценовая. Все больше конечных потребителей нацелены на качество. Поэтому, чтобы успешно конкурировать, мы должны предлагать более высокое качество красок и лучший сервис для покупателей.

ГАРТ: По нашим оценкам, импорт готовой упаковки в Россию растет. Возможно, именно это сдерживает рост рынка красок?

В. С.: Если это так, то это оптимизма не вселяет, но производственные мощности растут. Растет и рынок конечных потребителей, например, упаковки, заинтересованных в локализации всех этапов своего производства. Так что не все так плохо.



Узкорулонная печать

FLEXOCURE GEMINI®

Уф-закрепляемая серия красок с низким запахом для флексграфии

- отличная насыщенность цвета, прекрасные печатные свойства и высокая скорость закрепления
- обладает меньшей впитываемостью, поэтому отлично подходит для печати по полуглянцевой бумаге
- содержит тщательно подобранные компоненты с минимальным риском кожного раздражения и минимально возможным запахом
- идеальна для печати синтетических этикеток — оборачиваемых, впрессованных и рукавных — для продукции с повышенными требованиями к низкому запаху и хорошей адгезии
- высокая термостойкость (подходит для термосвариваемой упаковки)

Akzo Nobel Inks

FROM THE FIRST IMPRESSION

Московское представительство:

125171, Москва, Ленинградское шоссе, 16, стр. 9
Тел: (095) 775 17 60 (многоканальный)

Импорт картонной упаковки

Что в первую очередь должно интересовать хозяина типографии? Кто, сколько, чего и откуда и почему бы то же самое не отпечатать у него? Здесь, в России, буквально под боком. Видимо, диаграммы говорят обо всем, поэтому ограничимся краткими комментариями.

Минимум 30% импорта составляет сигаретная упаковка. Еще более 30% — другие коробки из картона, в основном для кондитерской промышленности и парфюмерии, а также пакеты для упаковки жидких продуктов.

Очень велика доля коробок из гофрокартона. Странно. Вроде бы, на сегодня мощности по их производству в России уже достаточные, да и качество производимой

тары высокое. В чем же дело? Видимо, есть и другие факторы...

Большой объем импорта всевозможных пакетов и мешков. Какой-нибудь мукомольный комбинат может закупать их на несколько сотен тысяч долларов в год.

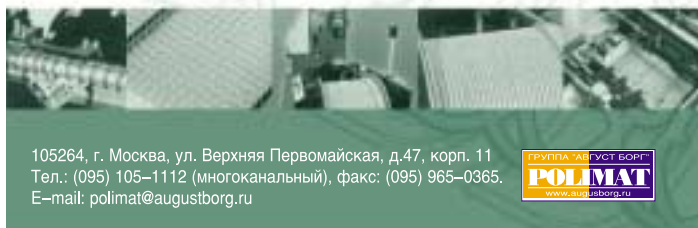
Где же делают импортную в Россию упаковку? Оказывается, в соседних странах. Международные корпорации обложили нас со всех сторон. На сегодня крупнейший поставщик упаковки в Россию — Украина. Мощности «Блиц-Пака» и «Элопака-Фастово» загружены, видимо, только производством упаковки для нашей страны.

Что касается крупнейших импортеров упаковки, то, как и следовало ожидать, в первой десятке их пять. Кроме того, в ней двое потребителей пакетов для упаковки жидких продуктов. На восьмом месте — российский представитель украинского «Блиц-Пак».

ПРОИЗВОДСТВО ПРОВОЛОКИ ДЛЯ КАПЕНДАРЕЙ И ТЕТРАДЕЙ НОВЫЕ МОЩНОСТИ



Вводится в эксплуатацию новая проволокоформирующая машина Kugler-Womako. Kugler-Womako предназначена для производства двойной спирали любого диаметра с любым шагом.



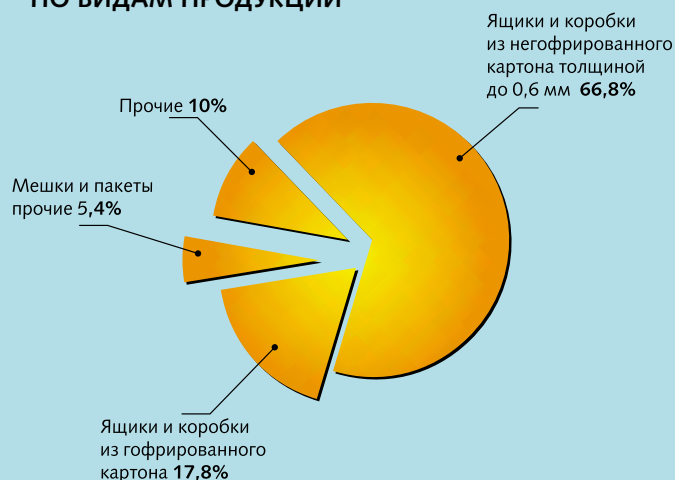
105264, г. Москва, ул. Верхняя Первомайская, д.47, корп. 11
Тел.: (095) 105-1112 (многоканальный), факс: (095) 965-0365.
E-mail: polimat@augustborg.ru



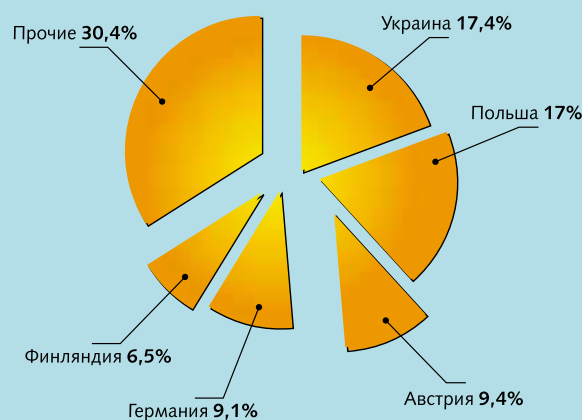
ИМПОРТ КАРТОННОЙ УПАКОВКИ В РОССИЮ В 2002 г.

Общий объем импорта 154 тыс. т

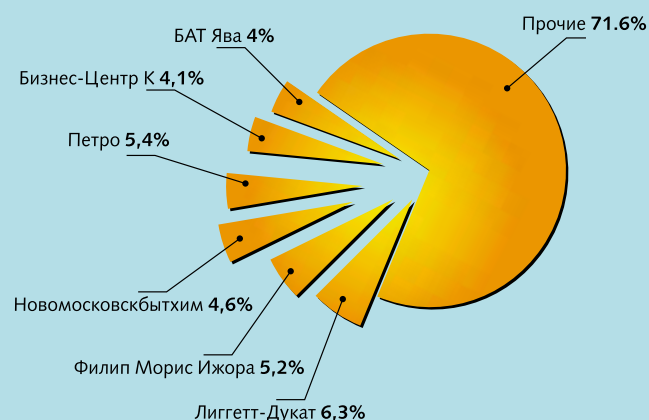
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИМПОРТА ПО ВИДАМ ПРОДУКЦИИ



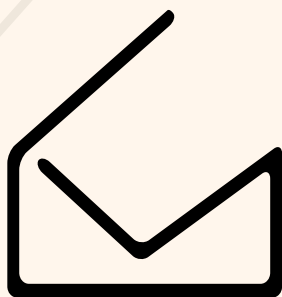
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИМПОРТА ПО СТРАНАМ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ



КРУПНЕЙШИЕ ИМПОРТЕРЫ УПАКОВКИ



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 полутора лет. База данных постоянно обновляется и содержит не менее 4200 персональных получателей.

специальные
рассылки
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$0,5*

ЗА ОТПРАВКУ ОДНОГО ЛИСТА
А4** ПО ВЫБРАННОМУ ИЗ БАЗЫ
ДАННЫХ АДРЕСУ. ВЫБОРКА
НЕ МЕНЕЕ 600 АДРЕСОВ.
НЕ ВКЛЮЧАЕТ ЦЕНУ КОНВЕРТА



DIRECT VIP

\$1,5*

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ



ГАРТ DIRECT

107140, Москва, Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217

Телефон/факс:
(095) 264 3708
(095) 264 9722

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

* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100.
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



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Высекальный пресс WPM 300 A

Благодаря применению уникального принципа верхнего подвижного стола высекальный пресс WPM 300 A достигает

и фальцевально-склеивающая

максимальной производительности при минимальной плотности используемого материала.

линия ECO 105-1

Фальцевально-склеивающая линия ECO 105-1 имеет возможность производства упаковки различной конфигурации

при минимальных затратах времени на переналадку и с максимальным количеством (до 6) точек склейки.

ООО «Гейдельберг СНГ»
Россия, 127550, Москва, ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 775 80 20,
775 80 21
Факс: (095) 775 80 22
www.ru.heidelberg.com; hoc@heidelberg.com

Решения Вашего Развития

HEIDELBERG