

# ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 6 (60) ■ ИЮНЬ 2005

**БУМАЖНАЯ  
УПАКОВКА**

с. 20



## ПУТИ РАЗВИТИЯ

### В НОМЕРЕ:

ШЕСТИДЕСЯТЫЙ	3
ТУР ЗА РАСХОДНИКАМИ	6
КРАСКИ НА КАРТОНАХ?	8
ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ	8
МЭР ОЦЕНИЛ	9
ВЫГОДНЫЙ СОЮЗ	14
«РОСУПАК» ПЕРЕЕХАЛ	16
ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В ШКОЛУ	18
БУМАЖНАЯ УПАКОВКА	20

**Мы все рассказывали  
о глобализации  
«там», теперь же она  
происходит и у нас**

А. Романов (с. 3)

**Это пока секрет, но  
мы его откроем. Будем  
менять нашу  
уникальную машину  
на еще более уникальную**

А. Филатов (с. 5)

**Я считаю, что существенное развитие  
на сегодняшнем рынке возможно только  
за счет консолидации усилий и объединения  
активов компаний**

Е. Бутман (с. 10)



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

**ГАРТ:** Алексей, мы давно с Вами не разговаривали. Последнее интервью было два года назад. Как жизнь на рынке производства картонной упаковки?

**А. Ф.:** Нельзя сказать, что на этом рынке все очень хорошо. По нашему мнению, рынок достиг зрелости. Резких изменений на нем уже не происходит, можно сказать, что он более или менее стабилен. Появляются новые потребители упаковки, как отечественные, так и западные. Но большого роста рынка нет.

**ГАРТ:** По нашим оценкам, импорт готовой картонной упаковки снижается, а доли разных стран перераспределяются.

**А. Ф.:** Может быть, он и снижается, но конкурировать с зарубежными производителями приходится много. Мы их чувствуем.

(Продолжение на с. 4)



**Евгений  
Юрьевич  
БУТМАН**  
Холдинг ECS  
Президент

**ГАРТ:** Евгений, в начале июля стало известно о слиянии активов компании Apostrof Print и группы HGS. Эта новость стала весьма неожиданной для нашего достаточно стабильного в последнее время российского рынка полиграфического оборудования. Не могли бы Вы прокомментировать ее более подробно?

**Е. Б.:** Сделка на самом деле для сегодняшнего рынка уникальная, в ее результате на российском рынке появляется крупнейший поставщик полиграфического оборудования. Мы разослали официальный пресс-релиз по поводу объединения. В нем есть вся необходимая информация, но я могу дать некоторые комментарии по интересующим Вас вопросам. Основная идея в том, что Apostrof Print и группа HGS имеет теперь одинаковую структуру

(Продолжение на с. 10)

# САМАЯ БЕЛАЯ БУМАГА



**UPM finesse 700** —  
мелованная глянцевая

**UPM finesse 300** —  
мелованная матовая

**UPM finesse 220** —  
чистоцеллюлозная  
книжно-журнальная матовая



**UPM**

*finesse*

**ГАРТ****Новости. Регулярно и компетентно.**

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

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

**Свидетельство о регистрации:** ПИ №77-5307

**Адрес в Интернет:** www.gart.ru

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

**Учредитель:** издательство «Курсив»

**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ  
andrei@romanov.ru

**Адрес редакции:**

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

**Для писем:** 107140, Москва, а/я «Курсив»

**Телефон/факс:** (095) 725 6001

**Подписано в печать:** 11.07.2005

**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553

Заказ № 1803

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2005

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

**ШЕСТИДЕСЯТЫЙ**

Обратите внимание, это шестидесятый номер ГАРТ. А нулевой мы распространили на выставке «РосУпак 2000». Вот так незаметно прошло пять лет. Даже не пять лет, а 61 месяц. Не буду рассказывать о том, что это большой срок, скажу только, что легкой такую работу назвать нельзя. Даже несмотря на то, что график вроде бы совершенно свободный. Ведь нет начальников и нет подчиненных, можно делать все что угодно и когда угодно. Можно предположить, что доделать журнал можно всего за пару ночей и расслабиться на некоторое время. Можно согласиться на заманчивое предложение и не успеть за пару ночей доделать.

Я в этот раз «согласился и не успел». Просто очень давно хотелось побывать в Японии, а случая не представлялось. Но теперь я там потусовался в служебной командировке аж целых 10 дней. Правда, очередной номер, который Вы держите в руках, нужно было сдать в печать в конце июня, а сдается он теперь на 10 суток позже.

Но это, может быть, и к лучшему, потому что в начале июля свершилось неожиданное и очень серьезное для российского рынка событие — объединение Apostrof Print и HGS. Мы успели взять для этого номера интервью у Евгения Бутмана, так что интересующиеся читатели смогут узнать некоторые дополнительные подробности из первых рук. А то мы все рассказывали о глобализации «там», теперь же она происходит и у нас. Интересно, как будут развиваться события дальше.

Все хорошо, что хорошо заканчивается. С финскими забастовщиками, о которых мы много писали в предыдущем номере, вроде бы договорились. Я не знаю каков окончательный вариант договора между производителями бумаги и профсоюзом, но тот, который есть у меня и который профсоюзных деятелей не устроил, предусматривал следующее. Каждому сотруднику бумажной фабрики, чья смена выпадает на Рождество, предлагалось дополнительно к зарплате 1600 евро и 42 часа рабочего времени в виде дополнительных отгулов (фактически — рабочую

неделю). Интересно, сколько доплачивают сегодня у нас за работу на Новый Год сотрудникам какого-нибудь производства, которое нельзя останавливать. Спорю, раз в сто меньше. Но у них все вот так. В результате забастовки цены на бумагу и картон в Европе, как и предполагалось, приподнялись. Вопрос — снизятся ли они через три месяца или останутся на этом же уровне.

Ладно, пора собираться в очередную командировку. Уже не в Японию, а в региональный пробег по типографиям. Вернусь — расскажу.

**Андрей Романов**  
главный редактор

P. S.: В связи с тем, что процесс производства и распространения ГАРТ многоступенчатый, некоторые из читателей по моей вине могут получить этот номер после того, как «Уникальное предложение» от Heidelberg, о котором идет речь на четвертой полосе обложки, уже закончится. Но если кого-то оно интересует — я рекомендую все-таки позвонить. Будут говорить, что Вы опоздали — валите все на меня. Полагаю — «прокатит» ;-)

## ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

**ИЮЛЬ 2005:**  
РЕГИОНАЛЬНАЯ  
ПОЛИГРАФИЯ

**АВГУСТ 2005:**  
РАСХОДНЫЕ  
МАТЕРИАЛЫ

**СЕНТЯБРЬ 2005:**  
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

**ОКТАБРЬ 2005:**  
ОТДЕЛКА ПЕЧАТНОЙ  
ПРОДУКЦИИ



Вывод пластин  
на устройстве СТР и печать:  
ОАО «Типография «Новости»



Бумага мелованная матовая  
UPM Finesse 300 Silk плотностью  
130 г/м<sup>2</sup> предоставлена  
фирмой «Комус»

**Алексей ФИЛАТОВ**

(Продолжение. Начало на с. 1)

**ГАРТ:** Основные конкуренты с Украины?

**Е. А.:** В том числе, правда, по нашей информации, в последние месяцы они немного сдали свои позиции. Но есть производства упаковки и в других странах, в Словакии, например. И они делают много продукции для России.

**ГАРТ:** Кроме того, крупнейшие производители упаковки открывают свои производства в России...

**А. Ф.:** Есть те, кто открывает собственные производства, а есть и просто представительства крупнейших игроков, которые обслуживают мультинациональные брэнды по всему миру. Представительства заказывают упаковку в том числе и у нас — это неплохо. Некоторые из них планируют создавать здесь собственные типографии, другие — нет.

**ГАРТ:** Цены на упаковку на сегодняшнем рынке уже совсем низкие или это все еще высокодоходный бизнес?

**Е. А.:** Если говорить о рядовой упаковке, то прибыльность ее производства совсем низкая. И цены продолжают снижаться.

**ГАРТ:** Еще и новые типографии появляются и демпингуют?

**А. Ф.:** Я не могу сказать, что появляются новые производители упаковки, которые демпингуют, и от этого всем остальным становится плохо. Цены и так уже такие, что демпинговать можно только в минус. Сверхприбылей уже давно нет. Зрелость рынка заключается еще и в том, что заказчики стали куда более профессиональными, все всех знают.

Рынок, конечно, начинает переходить в стадию неценовой конкуренции, но это не означает, что цены на рынке растут. Клиентам очень важен сервис, оказываемый производителем упаковки.



**Егор  
Викторович  
АБАЛАКИН**

«Санкт-Петербургская Образцовая типография» (СПб)

Директор по маркетингу

**ГАРТ:** И что в него входит?

**Е. А.:** Сервисы, которые требуются заказчиком упаковки, самые разные, но локальный производитель для подавляющего большинства удобнее. Выше оперативность, нет необходимости заказывать упаковку на несколько месяцев вперед. Не нужно связываться с таможней и платить, кстати, пошлину и НДС при ввозе товара. Можно познакомиться с производством, пообщаться с дизайнерами и конструкторами, с технологическими специалистами. Заказчикам сегодня это необходимо.

**ГАРТ:** Наши коллеги привезли с китайской выставки картонную коробку, сделанную с использованием самых модных «наворотов». Кроме простых конгревного тиснения и тиснения фольгой в ней используется еще ламинирование голографической пленкой. И там магазины завалены недорогими товарами в такой упаковке. А есть ли в России заказчики на подобную продукцию или всем нужно, чтобы просто было «за 10 копеек»?

**Е. А.:** Есть, и их становится все больше. Если раньше всех заказчиков интересовала только цена, то сейчас рынок разделился. Есть продукты, для которых необходима простая утилитарная упаковка, а есть продукты из

категории «премиум». Идет уже не только ценовая конкуренция, а конкуренция дизайнов и технологий. У нас есть все необходимое оборудование для того, чтобы делать эксклюзивную упаковку, включая упомянутое ламинирование различными пленками. Мы демонстрировали на «РосУпаке» каталог образцов такой продукции. Освоили и печать на лентичулярных пластиках. Их тоже модно сегодня использовать в дорогой упаковке.

**ГАРТ:** Считаете, что рост в сегменте «премиум» будет выше, чем в сегменте недорогой упаковки?

**А. Ф.:** Рост, конечно, выше. Правда, это совсем не означает, что в данном сегменте все легко, отсутствует конкуренция между типографиями и крутится очень много денег.

**ГАРТ:** Но все-таки из двух десятков крупных производителей упаковки в России лишь немногие типографии обладают набором оборудования, как у вас, чтобы конкурировать в сегменте «премиум»?

**Е. А.:** Да, их пока не так много.

**ГАРТ:** И какова у вас на сегодня доля рядовой упаковки?

**Е. А.:** 70–75%.

**ГАРТ:** Ключевым заказчиком на картонную упаковку для вашей типографии является фирма Henkel. Ее доля в объеме производства «Питерской Образцовой» составляет, видимо, 25–30%.

**А. Ф.:** Нет, конечно, она сегодня намного меньше. Это для нас ключевой клиент, но не единственный.

**ГАРТ:** Но коробки для стиральных порошков — одна из основных специализаций типографии?

**А. Ф.:** Мы просто давно ими занимаемся. Умеем делать уникальные для российского рынка вещи — изготавливаем пачки по технологии inlet-outlet, делаем коробки с пластиковыми ручками, коробки bag-in-box, есть и дру-

гие технологические know-how. Причем, все это делается не «на коленке», а в промышленных масштабах.

**ГАРТ:** Но потребители все больше покупают порошки в недорогой гибкой полимерной упаковке?

**Е. А.:** Такая тенденция в России есть. Но она, надеюсь, временная. В Скандинавии, например, все возвращаются на картон.

**Если раньше всех заказчиков интересовала только цена, то сейчас рынок разделился. Есть продукты, для которых необходима простая утилитарная упаковка, а есть продукты из категории «премиум». Идет уже не только ценовая конкуренция, а конкуренция дизайнов и технологий**

Е. В. Абалякин

**ГАРТ:** А сухой этикеткой вы уже давно не занимаетесь?

**А. Ф.:** Некоторое время назад, когда оказалось, что картонная упаковка — бизнес существенно больший и более прибыльный, мы ушли с рынка этикетки. Правда, сегодня мы на него вновь посматриваем. Печатаем, например, вплавляемые этикетки и сухие этикетки из прозрачной пленки.

**ГАРТ:** Это все благодаря листовой офсетной УФ-печати?

**Е. А.:** Да. Просто появились новые материалы, которые позволяют печатать такую продукцию.

**ГАРТ:** Для прозрачных этикеток обычно используется самоклеящиеся пленки. Вы считаете, что есть рынок и для тех, которые будут наноситься на традиционных линиях, использующих клей?

**Е. А.:** Аппликаторы самоклеящихся этикеток есть пока далеко не у всех производителей напитков. И мы можем предложить продукт, который может использоваться в традиционных касетных этикетировочных автоматах.

**ГАРТ:** Но аппликаторы для самоклеящейся этикетки проще и дешевле. Многие производители напитков переходят на них. Вы считаете, что сухая этикетка все еще будет использоваться в России?

**Е. А.:** Конечно, будет. Далеко не все производители переходят на самоклеящуюся этикетку — новое оборудование, существенно более высокая цена самоклеящейся этикетки... Зачем, если есть нормальная линия для сухой этикетки?

**ГАРТ:** Получается, что печатать такие этикетки может практически любой владелец офсетной УФ-машины?

**А. Ф.:** Теоретически — да, но УФ-машин в России пока не так много. Конечно, их число может в ближайшее время существенно увеличиться, но новому владельцу такой машины потребуется достаточно много времени для того, чтобы освоить технологию. Так что пока конкуренции практически нет.

**ГАРТ:** В вашей типографии УФ-печать используется, видимо, не менее четырех лет?

**А. Ф.:** Мы привезли первую в России листовую офсетную УФ-машину еще в 2000 г. Это шестикрасочный Heidelberg Speedmaster SM102S с УФ-сушками. Недавно поменяли в ней сушки на более современные.

**ГАРТ:** Опыт работы у вас, конечно, очень большой по сравнению с типографиями, которые купили такие машины год или два назад.

Интересно, в связи с существенным ростом объема УФ-печати не планируете увеличивать производственные мощности?

**А. Ф.:** Это пока секрет, но мы его откроем. Будем менять нашу уникальную машину на еще более уникальную. Тоже шестикрасочный Speedmaster CD 102 с современной системой УФ-сушки Cool Cure, использующей жидкий азот. Эта технология позволит избежать нагревания и деформации материалов при отверждении красок. Будем устанавливать ее уже на новой территории, там теперь будет уже четыре полноформатные печатные машины.

**ГАРТ:** Вы имеете в виду упаковочное производство в Старой Деревне?

**А. Ф.:** Да. У нас там продолжают строительные работы. В ближайшее время будет сдан новый складской корпус площадью 3 тыс. м<sup>2</sup> для хранения материалов и готовой продукции. Объемы производства растут, мы покупаем дополнительное оборудование. И печатное, и послепечатное. Так что расширение площади просто необходимо.

**ГАРТ:** Пора получать сертификат ISO 9000?

**Е. А.:** Да, пора. Работающие в России зарубежные потребители упаковки обычно интересуются наличием такого сертификата. Мы займемся его получением после того, как закончим строительство складского корпуса.

**ГАРТ:** Сколько же ваша типография перерабатывает картона в месяц?

**А. Ф.:** Сотни тонн.

**ГАРТ:** Кстати, а забастовка финских бумажников вас коснулась?

**Е. А.:** Да, коснулась, но мы перешли на другие картоны. Кстати, потребление финских картонов у нас было

# XSYS

## Print Solutions

**Компания XSYS Print Solution – это:**

Краски для узкоролковых машин

Краски для флексо и глубокой печати

Фотополимерные пластины

Краски для рулонного офсета

Краски для листового офсета

Пигменты и Смолы

XSYS



ANSI Printing Inks



BASF Drucksysteme



не таким большим. Так что все нормально.

**ГАРТ:** Интересно, «Санкт-Петербургская Образцовая» начиналась как рекламно-коммерческая типография. И сейчас у вас есть второе (в смысле первое) производство, которое занимается печатью такой продукции. Вы не собираетесь с этим закончить и полностью переключиться на упаковку?

**Е. А.:** Нет, ни в коем случае. Мы предполагаем развивать наше производство рекламной продукции.

**ГАРТ:** Но загружать достаточно большие производственные мощности рекламной продукцией сегодня не просто?

**Е. А.:** Не просто. Но у нас объемы производства рекламной продукции растут. Мощности, конечно, большие по питерским меркам, но возможности по отделке рекламной продукции — уникальные, которые мало

кто в городе может предложить.

**ГАРТ:** Да, даже в Москве таких рекламных типографий практически нет, за исключением «Линии График». Но в СПб есть много небольших предприятий, которые выполняют достаточно качественные заказы, делают их по кооперации и все получается. Неужели продолжать работать на этом рынке имеет большой смысл?

**Е. А.:** Конечно, питерский рекламный рынок существенно меньше московского, и здесь есть достаточно много типографий. Но у нас заказы есть, и наше главное преимущество в том, что мы все делаем сами, оказываем клиентам полный сервис. Предлагаем самые модные отделочные операции, а для рекламного рынка это очень важно. Делаем все оперативно и с самым высоким качеством.



#### ТУР ЗА РАСХОДНИКАМИ

В мае прошел тур в Германию, организованный компанией «Гейдельберг СНГ». Он был посвящен знакомству с передовыми европейскими технологиями в области расходных материалов для полиграфии.

Участниками тура стали представители типографий из разных городов России. «Аверс», «Август Борг», «Ама Пресс», «Линия График», «Локус Станди», «Немецкая Фабрика Печати», «Омега Принт», «Полстар», «Премьер», «Ситалл», «Формат» — вот неполный перечень типографий-участниц тура. В нем также приняли участие дилеры «Гейдельберг СНГ» и сотрудники компании, занимающиеся продвижением расходных материалов.

Пятидневная программа оказалась очень насыщенной — участники тура посетили в различных городах Германии производственные центры компаний Voettcher (валики для печатных машин и средства по уходу за ними), Phoenix (резинотканевые полотна для всех видов полиграфического производства), XSYS (краски K+E для офсетной печати, и вспомогательные материалы), Weilburger (лаки для всех видов полиграфического производства).

Программа включала также блок семинаров, в ходе которых компании-производители познакомили участников тура с последними разработками в области продуктов и технологий.

Участникам тура была предоставлена возможность побывать в исследовательских лабораториях производителей, самостоятельно провести тестирование материалов и получить ответы на все вопросы.

Программа посещения поставщиков компании «Гейдельберг СНГ» охватывала также разнообразные культурные и экскурсионные мероприятия, а благодаря великолепной погоде участники смогли в полной мере оценить красоту весенней Германии.

Основной целью мероприятия было достижение единства участников полиграфического бизнеса, развитие и укрепление отношений между клиентами и поставщиками. Это невозможно без понимания единой цели — создания качественной и доступной полиграфической продукции. Именно такое понимание и является основой для эффективного роста бизнеса в целом и залогом успеха каждого из участников процесса, от производителя до типографии.

**Марилок**  
ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВАЯ ПРОДАЖА

**Вам нужно  
КАЧЕСТВЕННОЕ КЛИШЕ?  
Оно у нас есть!**

МАГНИЕВЫЕ ◦ МЕДНЫЕ ◦ ПАТРИЦЫ

доставка по России и СНГ  
срок изготовления от 1 часа  
принимаются заказы по электронной почте

т. +7 095 798 8663  
+7 095 775 1746  
ф. +7 095 775 1747  
marylock@mtu-net.ru

т. +7 812 115 7841  
+7 812 973 0922  
ф. +7 812 112 4307  
marylockspb@mail.ru

Клуб Марилок на сайте [www.marylock.ru](http://www.marylock.ru)

**flexoplus.ru**

сайт,  
посвященный  
флексографии.  
конференция.

заходите!

# самые нефигтивные мероприятия



объединенная  
**рассылка**  
ПО БАЗЕ ДАННЫХ  
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

**DIRECT PRO**  
**\$300\***

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

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

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 ПЕРСОНАЛИЗОВАННЫХ VIP ПРИГЛАШЕНИЙ. НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ



**GART DIRECT**

Москва,  
ул Электровзаводская  
дом 37/4 строение 7

Телефон/факс:  
(095) 725 6001

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

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

\*\* ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м<sup>2</sup>. ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ



### КРАСКИ НА КАРТОНАХ?

Специалисты «Комус ПСБК» подготовили к печати новое издание. В ближайшем будущем выйдет в свет «Каталог мелованных картонов». Он является сборником образцов картонов различных наименований, реализуемых этой компанией.

На лицевых сторонах картонов напечатаны максимально усложненные изображения с использованием четырехкрасочной офсетной печати. В частности, градиентные заливки для каждой

краски, тонкие линии переменной толщины, которые демонстрируют, воспроизведение мелких деталей. Используются и другие элементы для того, чтобы показать полиграфические свойства картонов.

Подобные каталоги ранее выпускали разве что зарубежные производители картонов. Российские поставщики делают каталоги без запечатки, что позволяет познакомиться с материалом лишь тактильно. «Комус ПСБК» решил нарушить эту традицию.

Надеемся, что заинтересованные специалисты воспользуются каталогом мелованных картонов этой фирмы. Он должен сослужить хорошую службу для тех, кто разрабатывает и печатает упаковку.

Каталог распространяется бесплатно, а с возникающими вопросами можно обращаться к специалистам «Комус ПСБК».



### ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

В июне в СПб состоялась совместная пресс-конференция концерна КБА, его представительства «КБА РУС» и компании «Иприс», на которой их руководители рассказали о совместной деятельности фирм и их планах на будущее. Было отмечено, что концерн КБА закончил 2004 г. с большим приростом продаж в области листового офсета. На 2005 г. прогнозы тоже оптимистичные — оборот концерна впервые должен превысить планку в 1,5 млрд. евро.

Немалая роль в успехе КБА отводится деятельности «КБА РУС», планирующего в течение года завершить много интересных проектов, часть из которых являются уникальными не только для России, но и для всего мира в целом.

Особое внимание было уделено процессу интеграции в группу КБА чешского завода «Графитек». (В масштабах КБА оборот этого завода, который составил в 2004 г. 20 млн евро, погоды не делает, но существенная доля производимых им машин приходится на российский рынок. — Прим. ред.)

Возник вопрос, кто будет отвечать за продажи «чешских» печатных машин. Оказалось, что компания «Иприс» продолжит концентрировать свои усилия на продаже машин Перформа 66 и 74, тогда как «КБА РУС» будет продвигать на рынке все остальные машины, выпускаемые на заводах концерна КБА. Было подчеркнуто, что КБА Рапида 74 и КБА Перформа 74 не являются конкурирующими продуктами.



### ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОЙ ПОЛИГРАФИИ

29–30 июня с. г. в г. Реж состоялся форум «Технологии рекламной полиграфии», организаторами которого выступили компания «ЯМ Интернешнл» и «Корпорация типографий Циркон».

Выбор тематики форума не случаен — в последние два года наблюдаются высокие темпы роста рекламной полиграфии и рынка рекламы в Уральском регионе и в России в целом, растет конкуренция, и, как следствие, становятся весьма актуальными вопросы качества на всех участках полиграфического производства.

Целью данного мероприятия являлось предоставление наиболее полной информации о перспективах рекламной полиграфии, о комплексе передовых решений для полиграфического производства, предлагаемых компанией «ЯМ Интернешнл», а также обмен опытом в ходе живых дискуссий с представителями «Корпорации типографий Циркон».

В ходе форума состоялась демонстрационная печать специального выпуска газеты «Город печатников» на высокоавтоматизированной печатной машине Komori Litrone 420, были прочитаны доклады ведущих специалистов «ЯМ Интернешнл» о современных технологиях, оборудовании, расходных материалах и вопросах экономики полиграфического бизнеса.

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ БУМАЖНАЯ ФАБРИКА ГОЗНАК**  
  
**предлагает**  
**высококачественные чистоцеллюлозные бумаги:**  
**МЕЛОВАННЫЕ** произведенные из экологически чистого сырья по безхлорной технологии:  
 - мелованную, массой: 200-250 гр/м<sup>2</sup>  
 - двухстороннюю мелованную, массой: 120-170, 180-190, 200-240, 250 гр/м<sup>2</sup>  
**ТИСНЕННЫЕ** с тиснением под "Холст" "Лен", "Кожу", "Дерево", "Яичную скорлупу", массой от 200 до 280 гр/м<sup>2</sup>.  
 г. Санкт - Петербург, наб. р. Фонтанки, 144  
 www.goznak.spb.ru  
 мелкооптовые продажи: (812) 331-78-81  
 крупнооптовые продажи: (812) 331-78-52  
 e-mail: marketing@goznak.spb.ru



### МЭР ОЦЕНИЛ

В середине июня с. г. делегация во главе с Мэром Москвы Ю. М. Лужковым посетила типографию «Пушкинская площадь» и городской экспедиционный комплекс «Московский союз печати», входящие в состав производственного комплекса «Печатники». Целью выездного совещания городской администрации стало обсуждение развития типографии и утверждение концепции развития комплекса «Печатники» — запуск проекта «Медиа центр». Участники совещания увидели в действии оборудование второй очереди, в том числе единственную в России высокопроизводительную офсетную ролевую машину Sunday 4000/48. В совещании приняли участие Мэр Москвы Ю. М. Лужков, члены Правительства города, руководство Московской городской думы и Юго-восточной префектуры.

Встречал гостей и открывал мероприятие Олег Максимович Попцов, генеральный директор ОАО «Полиграфический комплекс «Пушкинская площадь». Мэр Москвы Ю. М. Лужков дал высокую оценку Полиграфическому комплексу «Пушкинская площадь». В частности он сказал: «Это очень выгодный проект. В очередной раз убеждаюсь, что выбранная стратегия

развития комплекса правильна. Типография успешно движется вперед, обеспечивая все больше рабочих мест, приобретая новое высокотехнологичное оборудование и новых заказчиков. У этого проекта большое будущее!»

Новый этап развития «Печатников» — создание «Медиа центра». В первой очереди проекта предусматривается строительство административно-бытового корпуса, а также многоуровневой автостоянки. Вторая очередь включает строительство административно-гостиничного и торгово-развлекательного комплексов. «Медиа центр» станет третьим ключевым элементом структуры производства и распространения печатной продукции на базе комплекса «Печатники».

После разразившегося бумажного и таможенного кризиса в Финляндии многие российские издатели стали задумываться о том, чтобы печататься в России. Но напечататься для периодического издания — еще не все. Необходимо распространение изданий. А когда и та, и другая услуга оказывается в комплексе, то это, видимо, существенно более интересно для издателей. По всей видимости, в результате этого клиентами «Печатников» становятся все новые журналы.



# глубина цвета!

## xsys

Print Solutions

о ф с е т н ы е к р а с к и

### Расходные материалы для полиграфии



**МОСКВА**  
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156  
**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**  
Тел.: (812) 449-2141  
**КАЗАНЬ**  
Тел.: (8432) 92-3714  
**СИБИРЬ**  
Тел.: (3832) 12-5155, 12-0125

**УРАЛ**  
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267  
**ЮГ**  
Тел.: (8632) 52-6704, 56-9778  
**УКРАИНА**  
Тел.: +380 (44) 212-2819  
**КАЗАХСТАН**  
Тел.: (3272) 98-0154, 66-3725

**Евгений БУТМАН**

(Продолжение. Начало на с. 1)

туру акционеров, но управление объединенной компанией передается нашей команде.

Представителем акционеров HGS в совете директоров объединенной компании является Я. Г. Соскин. Доли акционеров я раскрывать не могу.

**ГАРТ:** В первую очередь интересен вопрос, зачем эта сделка была необходима входящей в холдинг ECS компании Apostrof Print?

**Е. Б.:** Мы уже давно поняли, что нормальное развитие компании, работающей на рынке полиграфического оборудования невозможно, если она не имеет полной линейки оборудования, начиная с печатных машин для малых типографий и заканчивая решениями для самых крупных полиграфических производств. И не только по печатным машинам, но и по отделочному оборудованию. Я считаю, что существенное развитие на сегодняшнем рынке возможно только за счет консолидации усилий и объединения активов компаний.

**ГАРТ:** Может быть, еще не время создавать на нашем рынке такого крупного игрока?

**Е. Б.:** С нашей точки зрения, все произошло вполне своевременно. На нашем рынке бурного развития сегодня не происходит. Так сложилось исторически, что каждый поставщик имел свои продуктовые линейки оборудования, у некоторых они были весьма неплохими, но исчерпывающего набора оборудования не было ни у кого.

Сегодня, как и раньше, серьезных поставщиков на российском рынке не-

много. Если взять листовые машины большого формата, то крупных игроков — четверо. Добавим полуформатные машины — получится еще двое. Это связано с одной простой причиной — число производителей высококачественного оборудования невелико, и они предпочитают в каждой стране работать с одним дилером или открыть представительство.

Для нас, например, найти серьезного поставщика листовых машин большого формата было невозможно. Они все уже представлены в России. А время расти пришло, поэтому и был выбран путь слияния.

Мы вели переговоры с несколькими компаниями и в результате договорились с HGS.

Сейчас у объединенной компании прекрасная линейка оборудования практически без взаимно конкурирующих продуктов. На российском рынке снова будет один сильный поставщик систем СТР фирмы Screen, а печатные машины Ryobi и MAN Roland отлично дополняют друг друга. «Дополняемость» поставщиков обеих компаний хорошо иллюстрирует тот факт, что мы никогда не пересекались между собой у клиентов.

**ГАРТ:** Да, клиенты у HGS и Apostrof Print были очень разными — крупные бывшие государственные предприятия и небольшие и средние частные, соответственно.

**Е. Б.:** Нельзя, кстати, забывать о том, что в холдинге ECS есть еще и компания PrintHouse, которая является крупнейшим в России поставщиком расходных материалов. Она давно и активно работает с крупнейшими полиграфо-

комбинатами, и объединение также откроет для нее, я надеюсь, новые перспективы. Хотя PrintHouse и не входит в данную сделку.

**ГАРТ:** Но от того, что Apostrof Print и PrintHouse работают уже несколько лет в составе единого холдинга, особых преимуществ с точки зрения общих клиентов не появилось?

**Е. Б.:** Все правильно. Они работают на разных рынках и, соответственно, с раз-

## Производство печатной продукции и, соответственно, поставка полиграфического оборудования и материалов остаются, на мой взгляд, одними из самых перспективных бизнесов в России, несмотря на все трудности и проблемы

ными заказчиками. Небольшие коммерческие типографии не настолько сильно лояльны к одному поставщику расходных материалов по сравнению с крупными полиграфокомбинатами, они ищут на рынке самые недорогие материалы. Совместимость бизнеса PrintHouse с бизнесом HGS гораздо выше.

**ГАРТ:** Какие изменения произойдут в объединяемых компаниях в связи со сделкой?

**Е. Б.:** Физического слияния компаний не предполагается. На выставке «ПолиграфИнтер» обе компании будут участвовать отдельными стендами. Подготовка к выставке начинается за много месяцев до ее начала, и пытаться сейчас что-то переигрывать было бы неправильно.

Сначала мы постараемся создать единый подход к решению управленческих задач и организации бизнес-процессов. Есть вещи, связанные с оптимизацией логистики, финансовых потоков, филиальных структур и организацией сервисной поддержки. Конкуренция на рынке растет, а типографии могут приобрести только то оборудование, которое им необходимо.

**ГАРТ:** Наши оценки, кстати, говорят о том, что продажи в Россию новых печатных машин сокращаются.

**мо monorhythm**

системы автоматизации  
полиграфического  
производства

www.monorhythm.ru  
org@monorhythm.ru  
+7 910 700.20.82  
+7 0872 490.809

Рекламная полиграфия  
Печать периодических изданий  
Ролевая печать  
Флекс-печать  
Отделочное производство  
Печатные салоны

Оформление полиграфического заказа  
Управление производством  
Складской учёт  
Реализация  
Распределённая работа  
Связь с другими системами

**Е. Б.:** Я могу судить о продажах Apostrof Print. Они растут. Мне кажется, что объемы продаж рулонных офсетных машин и листовых машин полного формата тоже сокращаться не будут. Если на рынке и есть некоторый временный спад, то он связан с несколькими факторами.

15 лет назад в России за редким исключением были только крупные полиграфкомбинаты, и объем рынка оборудования определялся их закупками. Им было интересно печатать только определенные виды заказов. Потом появились малые и средние частные типографии, которые развивались в соответствии с другими правилами. Оборудование приобреталось и теми, и другими, но число продаж в коммерческий сегмент стабильно росло, а в госсектор — сокращалось. Хотя резкие взлеты и спады бывали и там, и там. Получалась «сумма двух кривых», но эта сумма — умеренный рост.

Сейчас идет структурная перестройка отрасли, и перспектива — хорошая. Есть все условия для развития производства — финансовые институты, растущее потребление печатной продукции и возможность переноса большого объема печати из-за рубежа в Россию.

Так что производство печатной продукции и, соответственно, поставка полиграфического оборудования и материалов остаются, на мой взгляд, одними из самых перспективных бизнесов в России, несмотря на все трудности и проблемы.

**ГАРТ:** Но прибыльность и того, и другого бизнеса сокращается?

**Е. Б.:** У нас прибыльность вполне приемлемая и достаточная для развития, хотя, конечно, смотря что считать высокой. Есть бизнесы, где она существенно выше, только они не всегда законные (смеется).

**ГАРТ:** Слияние процесс совсем не простой.

**Е. Б.:** Никто и не говорит, что он будет простым, но мы три года назад уже занимались проблемой объединения части компании PrintHouse, занимавшейся поставками оборудования, и фирмы «Апостроф» после ее приобретения, получили хороший опыт. Правда, эти две компании были существенно более похожими, чем Apostrof Print и группа HGS.

**ГАРТ:** Кстати, в Apostrof Print не так давно произошли серьезные изменения?

**Е. Б.:** Мы еще в прошлом году выделили в отдельную компанию продажи ки-

тайского, тайваньского и индийского оборудования. Она получила название Oriental-Print.

**ГАРТ:** А в чем причина такого шага?

**Е. Б.:** Этот шаг напрашивался. Клиенты совершенно разные, различается и маркетинг, и подходы к сервису, и многое другое. Практически нет таких заказчиков, которые покупают сначала китайскую печатную машину, а потом берут дорогую и очень качественную японскую Ryobi.

Oriental-Print помимо печатных машин предлагает большой выбор послепечатного оборудования, индийские газетные машины Pressline и самое разное оборудование для упаковки, в основном из Тайваня. Компания же Apostrof Print работает с такими серьезными брендами, как Ryobi, Screen, Horizon, Schneider Senator и др. Это качественное «западное» оборудование, другие клиенты, другой маркетинг. Таким образом, нам удалось успешно решить проблему правильного позиционирования на рынке.

**ГАРТ:** В Apostrof Print произошли и серьезные кадровые изменения?

**Е. Б.:** Серьезных изменений нет. В результате объединения PrintHouse и «Апостроф» мы не потеряли ни одного

Ryobi

Офсетные печатные машины

4-секционная печатная машина Ryobi 524GX



# УДОБНО ... КАК ДОМА



APOSTROFPRINT

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ. ПРОДАЖА И СЕРВИС

Москва: (095) 781-38-38

www.apostrof-print.ru

Санкт-Петербург: (812) 449-21-42  
 Ростов-на-Дону: (8632) 58-97-78  
 Екатеринбург: (343) 371-51-40  
 Новосибирск: (3832) 12-00-14  
 Киев: +380 (44) 272-26-19  
 Алматы: (3272) 98-01-54

ключевого специалиста. Но прошло уже шесть лет, как люди работали в одной компании единым коллективом. В компании подросла молодежь, начался постепенный процесс смены поколений. Это совершенно нормально. Компания становится только сильнее.

**ГАРТ:** Евгений, давайте отвлечемся от полиграфии. В составе холдинга ведь еще и компания Apple IMC. Как идут дела у нее?

**Е. Б.:** У Apple на российском рынке дела идут очень хорошо. Обороты «большого» Apple растут очень высокими темпами. Например, у европейского Apple стоит задача увеличить объем продаж на 93%. В связи с этим европейское руководство обратило внимание на небольшую в мировых масштабах зону СЕМЕА, в которой средний рост никогда не превышал 30%, да и то получался он за счет нас, Южной Африки и арабских стран. Были страны, которые вообще не росли, были те, где продажи даже падали. Произошла реорганизация в европейском Apple. В нашей зоне было выделено четыре самые перспективные страны, которым будет оказываться максимальная поддержка. Россия возглавила эту четверку. Мы должны за два года увеличить объем продаж в четыре раза — до 50 млн долл. в закупочных ценах.

Мы провели серьезную реорганизацию в Apple IMC, три месяца назад мне даже пришлось стать генеральным директором этой компании. За прошедшее время сделано очень много. Все продажи разделены на три направления: профессиональное, образовательное и ритейл. Для каждого направления мы разработали и стали выпол-

нять свою стратегию развития. Это дало свой результат, и в этом году у нас планируется рост в 110%. Это было сложно, но мы справились. А вот удвоить этот оборот в будущем году — задача очень сложная.

**ГАРТ:** За счет чего получился такой большой рост в этом году?

**Е. Б.:** Мы очень интенсивно работаем в области цифрового видео и аудио. В телевидении сегодня идут те процессы, которые происходили в полиграфии 15 лет назад, когда появились настольные издательские системы и стали постепенно вытеснять традиционные большие цветоделители. Сначала, конечно, компьютеры были не самые мощные, но постепенно они вытеснили «динозавров». Их цена, модульность, гибкость и открытость победили.

Сейчас в телевидении происходит то же самое, и постепенно крупные каналы приобретают наше оборудование на базе Apple. А свои телеканалы есть в каждом крупном городе, поэтому перспективы очень хорошие.

У нас есть проект Apple-академия. В его рамках создаются компьютерные классы, оснащенные оборудованием Apple, в вузах, готовящих творческих работников. Начали с МГУП, работаем уже с ВГИК, Строгановкой. Идут переговоры с МАРХИ и другими учебными заведениями. Это позволит каждый год выпускать сотни специалистов, хорошо знакомых с нашей техникой.

**ГАРТ:** Интересно, а как продаются плееры iPod?

**Е. Б.:** В прошлом году мы продали всего 1900 шт. В этом продадим 40 тыс. В 2006 г. предполагаем продать еще в четыре раза больше. Работаем с

«М-Видео», «Евросетью», «Техносилой», «Белым Ветром» и другими крупнейшими сетями. Сотрудничаем с дистрибуторами компьютерных аксессуаров, используем и традиционные каналы. Единственная проблема — большой дефицит этих устройств. Даже при том, что у нас есть приоритет в европейском Apple, все равно бывают проблемы с поставками.

Мы договорились с несколькими из сетей о том, что они будут также представлять в своих торговых залах и компьютеры Apple.

**ГАРТ:** Как дела с новыми недорогими компьютерами Mac Mini?

**Е. Б.:** Та же самая проблема — дефицит. Как только они приезжают на наш склад, то тут же заканчиваются. Apple отгружает их нам «по чуть-чуть». Продали 1 тыс., а заказывали 4.

У нас очень хорошо продаются мониторы и ноутбуки Apple. Бизнес на высоком подъеме, мы усиливаем свои позиции в странах СНГ и Балтии.

**ГАРТ:** То есть все очень хорошо?

**Е. Б.:** Да, по нашим планам в 2008 г. общий оборот компаний, входящих в холдинг, должен достичь 200 млн долл.



## НУ, МОЖЕТ БЫТЬ?

Опять в прессу просочились слухи о том, что в России будет построен целлюлозно-бумажный комбинат по выпуску легкомелованной бумаги для производства книжно-журнальной продукции. Ну а для желающих, которые располагают несложным оборудованием для разрезки рулонов в листы — «почти мелованной бумаги» для листовой офсетной печати.

Пермская область двумя руками «за», соликамский «БумПром» — тоже. Осталось найти инвесторов. На этот раз ими могут стать австрийцы, хотя этот факт вызывает немало сомнений. Предполагаемая проектная мощность комбината — 320 тыс. т рулонной легкомелованной бумаги в год. Это минимум в три раза больше сегодняшнего российского потребления такой бумаги. Можно, конечно, надеяться на чудо, но стоит ли?

## Типография продает

**Вырубной пресс КАМА TS 74 S**, выпуск 2002 г.  
(увеличенный формат листа A2 – 590x740 мм) – **125 тыс. евро**  
с опцией тиснения фольгой,  
выпуск 2003 г. КАМА HFS 74 – **45 тыс. евро**  
**Специальная цена комплекта 160 тыс. евро**

**Фальцевально-склеивающие линии**  
на 1 точку склейки – **15 тыс. долл.**  
3 точки с секцией предфальцевания **24,5 тыс. долл.**

**Все в отличном рабочем состоянии!**

<http://www.shar.ru/sale.html>  
Контакт: Пешехонов Виктор (0872) 35-35-39

## ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПРЕСС-РЕЛИЗ

Москва, 4 июля 2005 г.

Сегодня компании «Центр Х.Г.С.» и «Апостроф-Принт» (входит в холдинг ECS) объявляют об объединении своих активов. Объединение произойдет путем обмена акций. Другие компании холдинга ECS («Принтхаус», «Ориентал-Принт») не участвуют в сделке. И «Центр Х.Г.С.», и «Апостроф-Принт» сохраняют автономность и будут функционировать под своими названиями, однако управление обеими компаниями будет сосредоточено в едином центре. В ближайшее время будет создан Совет Директоров и Правление объединенной структуры. По соглашению акционеров, председателем Совета Директоров становится Е. Ю. Бутман. В Совет Директоров также войдет Я. Г. Соскин.

Состоявшееся объединение приведет к возникновению крупнейшей коммерческо-сервисной группы компаний на полиграфическом рынке России. Заказчики и партнеры получают возможность пользоваться полным перечнем услуг и покупать оборудование и материалы самого широкого спектра.

Акционеры и менеджмент объединенной структуры считают, что состоявшееся объединение отражает зрелость российского полиграфического рынка, и дает серьезный импульс его развитию. Объединение ресурсов двух компаний и оптимальное их использование позволит усилить менеджмент и расширить финансовые возможности объединенной структуры.

Сделка согласована с основными поставщиками обеих компаний.



## УДИВИЛИ

В июне Россию посетила представительная делегация немецких типографий и руководства концерна Heidelberg. Немецкие полиграфисты побывали в московских типографиях «Линия График» и «Пушкинская площадь». В СПб объектами посещения стали «Санкт-Петербургская Образцовая» и «Келла Дизайн».

Большинство представителей немецких полиграфических предприятий с удивлением узнали, что в России есть типографии, у которых есть чему поучиться даже таким грандам европейской полиграфии, коими являются немцы.

## НОВАЯ ФОРМУЛА КРЕДИТА

**SCREEN**  
Computer-to-plate 2005

Срок кредитования =  
+ от 6 до 24 месяцев

Сумма кредита =  
+ до 90% стоимости оборудования

Процентная ставка =  
+ от 0% до 10% годовых

Условия оплаты =  
+ по индивидуальному графику

Гарантийное обслуживание =  
+ 12 месяцев



**МЫ НЕ ОГРАНИЧЕВАЕМ ВАС В ВЫБОРЕ МАРКИ ПРИ ПОКУПКЕ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН\***

\*при использовании офсетных пластин с термальным чувствительным слоем Lastra LT-2 предоставляется расширенное гарантийное обслуживание до 36 месяцев.



Москва: (095) 781-38-38  
[www.apostrof-print.ru](http://www.apostrof-print.ru)

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

## ВЫГОДНЫЙ СОЮЗ

Как сообщает «ОктоПринт Сервис», в июне с. г. компания ContiTech, производитель офсетных резинотканевых полотен, приобрела фирму Phoenix Xtra Print. Обе компании имеют сервисные центры за пределами Германии, через которых продают и обрабатывают офсетные полотна. ContiTech представлена в Китае и Бельгии, Phoenix Xtra Print в Сингапуре и через дочернюю компанию «ОктоПринт Сервис» в России. Обе компании дополняют друг друга с перспективой роста и развития производства, позволяющей стать ведущим поставщиком высококачественных офсетных полотен.

Компания Phoenix Xtra Print производит офсетные полотна с 1930 г., представлена в более чем 60 странах и экспортирует больше 85% своей продукции. ContiTech поставляет офсетные полотна больше 100 лет и экспортирует 75% продукции. Управляющие Phoenix Xtra Print возглавят новое подразделение офсетных полотен Coti-Tech. Объединение дает им превосходную позицию для будущих требований рынка. Марки продуктов двух компаний будут сохранены.

## СКОРО ОТКРОЮТ

«Северо-Западная Лесопромышленная Компания» сообщает о продолжении строительства третьей бумажной фабрики на Неманском целлюлозно-бумажном комбинате. На данном этапе полностью завершён монтаж каркаса бумзала из металлоконструкций, готовятся к монтажу стеновые и кровельные панели основного цеха. Завершены свайные работы под склад готовой продукции и размольно-подготовительный отдел. Прибывшие в Неман сотрудники пермского «Оргбума» готовятся к монтажу бумагоделательной машины. Планируемый срок запуска фабрики — четвертый квартал 2005 г.

## КОНФЕРЕНЦИЯ ПО УПРАВЛЕНИЮ

29 июня кафедра Цифровых систем управления ИГУП совместно с фирмами «Терем», «МоноРитм» и MTSOft провели однодневную конференцию «Системы управления полиграфическим производством: выбор и внедрение». Целью конференции было обсуждение вопросов выбора системы управления, методик и технологий внедрения, а также обучения персонала.

На конференции были продемонстрированы активно продвигаемые на российском рынке системы A-System, HiFlex, PrintEffet и FreeFlow.



## ПРЕЗЕНТАЦИЯ В ЧУВАШИИ

24 июня в г. Чебоксары состоялось совместное мероприятие компании «ЯМ Интернешнл» и ГУП ИПК «Чувашия», посвященное торжественному запуску и передаче в эксплуатацию системы FujiFilm Luxel Vx-9600 СТР.

Презентация проходила в рамках празднования Дня Чувашской Республики. Целью данного мероприятия являлось предоставление наиболее полной информации о перспективах и тенденциях технологии СТР, о комплексе передовых решений для офсетной печати, предлагаемых компанией «ЯМ Интернешнл», а также обмен опытом в ходе живых дискуссий с представителями ИПК «Чувашия».

Издательско-полиграфический комплекс «Чувашия» является лидером полиграфической отрасли республики. Предприятие оснащено большим парком печатного оборудования и выпускает широкий ассортимент печатной продукции: газеты, журналы, брошюры, буклеты, книги, календари. Залогом успешности ИПК «Чувашия» является высокое качество полиграфического исполнения выпускаемой продукции, гибкий и индивидуальный подход к клиентам, а также своевременная модернизация производственных мощностей. Началом преобразовательных процессов на предприятии явилось приобретение системы прямого изготовления печатных форм FujiFilm Luxel Vx-9600 СТР. Аппарат обладает впечатляющей производительностью (32 формы формата В1 в час при разрешении 2400 dpi и 43 формы — при разрешении 1200 dpi), которая гарантирует отсутствие простоев печатного оборудования даже при предельной загрузке.

Прекрасные характеристики FujiFilm Luxel Vx-9600 СТР и «фиолетовых» фотополимерных пластин FujiFilm Bril-lia LP-NV удовлетворяют всем жестким требованиям, предъявляемым на

предприятию к выпускаемой печатной продукции.

Директор ГУП ИПК «Чувашия» Валериан Петрович Павлов прокомментировал новинку следующим образом: «Решение о техническом перевооружении допечатного и формного участков пришло не спонтанно, мы изучали, сравнивали, консультировались у коллег, которые уже внедрили в свое производство систему СТР. Приоритетным для наших заказчиков, а следовательно и для нас являются качество и оперативность. Мы надеемся, что модернизация участка допечатной подготовки на базе системы СТР Luxel позволит нам решить эти задачи. Кроме того, мы можем удовлетворять потребности в полиграфической продукции не только заказчиков в республике, но и привлекать широкий круг клиентов из других регионов. На сегодняшний день около 60% полиграфической продукции предприятия отгружается за пределы республики, в том числе газетной — 37%. На наш взгляд, системы СТР Fuji-Film Luxel — оптимальное решение для крупных многопрофильных предприятий, подобных нашему. Немаловажное значение имеет, конечно, и репутация поставщика. Мы давно знакомы со специалистами «ЯМ Интернешнл». Мы знаем их квалификацию и принципы работы. Монтаж системы СТР и последующее обучение наших операторов лишней раз убедили нас в надежности и добросовестности компании «ЯМ Интернешнл».

ВОТ ТЕПЕРЬ  
МОЖНО И...  
**ПООБЩАТЬСЯ!**

Новые форумы  
на [www.kursiv.ru](http://www.kursiv.ru)

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

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

**КАЧЕСТВО  
СКОРОСТЬ  
НАДЕЖНОСТЬ**

# **СИСТЕМЫ LUXEL CTR**



**ФОРМАТЫ В1+, В2+**

**МНОГОЛАЗЕРНАЯ  
ТЕХНОЛОГИЯ**

**5 ЛЕТ  
ГАРАНТИЯ  
НА ЛАЗЕРЫ**

**ЯМ Интернешнл –  
КРУПНЕЙШИЙ ПОСТАВЩИК  
ПЛАСТИН CTR**  
и эксклюзивный дистрибутор  
**FUJIFILM, LÜSCHER, PREPRESS**

  
**YAM INTERNATIONAL**

**МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57**  
ТЕЛ: (095) 234 9000, 332 6420  
EMAIL: [INFO@YAM.RU](mailto:INFO@YAM.RU)

**С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 110 8097**  
**КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 254 5254**

**ТАШКЕНТ, ТЕЛ: (99 871) 136 3808**  
**АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203**



## РосУпак переехал

Закончилась крупнейшая отечественная упаковочная выставка «РосУпак», впервые проходившая в новом комплексе «Крокус Экспо». В этом году выставка праздновала 10-летний юбилей и собрала рекордное количество участников — более 750 фирм. Чуть ли не половина из них, как утверждает организатор выставки — компания MVK, приехала из-за рубежа.

Последние 10 лет российская упаковочная индустрия бурно развивается, все чаще используются новейшие технологии и решения. На сегодняшний день крупные упаковочные производства, работающие в России, по оснащенности практически не отличаются от западных, и, как результат, сама упаковка товаров различного назначения по качеству изготовления и оформлению составляет достойную конкуренцию импортной.

Маркетинговые исследования, проведенные холдингом MVK, показали, что количество специалистов, посетивших выставку, за минувшие годы выросло с 16 до 25 тыс. человек. Постоянно растущее число экспонентов и посетителей «РосУпака» вынудило MVK перевести выставку из традиционного КВЦ «Сокольники» на новое место — в «Крокус Экспо».

От участников выставки мы получили разные мнения относительно нового места проведения мероприятия. Кто-то сетовал на удаленность от центра и сложности с подъездом — несмотря на

уже традиционные бесплатные автобусы, добираться на выставку от метро стало намного сложнее из-за перегруженности МКАД, на внешней стороне которой расположился выставочный центр. Иные отмечали, что по сравнению с Сокольниками участие в выставке теперь обходится дороже. Единодушны были в одном — новый выставочный центр более современный, более удобный, по-настоящему международного уровня. Надо добавить, что те самые сложности с подъездом, как оказалось, выгодно отразились на составе посетителей. Было замечено, что в этот раз на выставке присутствовало большое количество специалистов, приехавших по делу, а число «случайных» посетителей сократилось до минимума.

Традиционно выставка «РосУпак» затрагивает все сегменты российской упаковочной индустрии: материалы, оборудование, дизайн, вторичную переработку и утилизацию. В четырех павильонах были представлены разнообразные материалы и технологии производства упаковки, соответствующее оборудование, а также упаковочные изделия для всех отраслей промышленности. Нельзя не отметить удобное как для экспонентов, так и для посетителей деление павильонов по секторам: бумага и картон, упаковочное оборудование, полимерные гибкие упаковочные материалы, печатные машины и расходные материалы. Кроме того организаторами было выделено несколько зон по странам происхождения компаний, среди которых стоит отметить польский, турецкий и корейский коллективные стенды.

На больших со вкусом оформленных стендах лидирующие на упаковочном рынке отечественные и зарубежные компании проводили презентации своих товаров.

В рамках выставки в трех конференц-залах выставочного центра проводились семинары, ставшие уже традиционными для «РосУпака». С 20 по 23 июня перед упаковщиками выступали с докладами ведущие отечественные и зарубежные компании.

Одним из значимых событий на выставке «Росупак» стало публичное анонсирование новой компании XSYS (до этого новость о слиянии ANI и BASF можно было увидеть только в прессе). На организованной на выставке пресс-конференции выступил глава новой компании — Петер Койвула (Peter Koivula).

Все началось в 2002 г., когда Петер, будучи главой Akzo Nobel Inks, инициировал процедуру management buy-out, что стало началом больших изменений на рынке полиграфических красок. В то время это был первый эксперимент по реорганизации формы собственности полиграфического предприятия. Тогда же Петер Койвула впервые встретился с руководством BASF Printing Systems. Однако обсуждали они другой сценарий — BASF хотел выкупить у ANI бизнес по продаже полиграфических красок. Продажа не состоялась, но выяснилось, что компании очень хорошо дополняют друг друга. Все это время шли длительные переговоры, и в сентябре 2004 г. все-таки был подписан договор о намерениях, а 1 декабря произошло официальное слияние.

Сейчас XSYS — крупнейший европейский производитель печатных красок, фотополимерных пластин, пигментов и смол для полиграфии и производства упаковки. По продажам полиграфических красок компания занимает третье место в мире и второе — в Европе. На Россию, где сектор упаковки развивается большими темпами, у компании большие планы. На сегодняшний день у XSYS есть представительство в нашей стране, а в будущем возможно и открытие производства. Для этого необходимо пересмотреть всю производственную базу новой компании — ведь количество заводов в связи со слиянием увеличилось. Планируется сократить производственные мощности в Европе и сделать их более эффективными.

По материалам журнала Packaging International



Журнал о новых  
полиграфических  
технологиях



Журнал о флексографии  
и специальных видах  
печати



Журнал для тех,  
кто заказывает  
или производит  
упаковку



Журнал о полиграфии.  
Новости, интервью,  
обзоры, аналитика



Журнал о цифровых  
технологиях  
в полиграфии  
и издательском деле



Журнал  
для заказчиков  
полиграфической  
продукции

ВСЯ СУТЬ  
В УПАКОВКЕ



**Packaging**  
INTERNATIONAL  
на русском языке  
журнал для упаковочной промышленности

**ПАКЕТ**  
Научно-практический журнал об  
упаковке и этикетке

Первый в России международный журнал по упаковке на русском языке. Журналы серии Packaging выходят в Австрии, Польше, Венгрии, Чехии и Словакии на языках этих стран и лидируют на рынке изданий по упаковке в Восточной Европе. В России Packaging International издается совместно с журналом «Пакет». Содержание отражает направления развития упаковочной индустрии всего мира и в особенности европейских стран. Новостные материалы и статьи посвящаются наиболее интересным и перспективным видам упаковки, упаковочных материалов и оборудования. Специальная рубрика посвящена дизайну упаковки.

Ведущий редактор: Наталья Дятлова  
E-mail: packet@kursiv.ru  
Подписка: Екатерина Журавлева

**ДОБРО  
ПОЖАЛОВАТЬ  
В ШКОЛУ**

Прошедший осенью 2004 г. конкурс «Мэтр полиграфии» оказался знаменательным событием полиграфической жизни России. Успех превзошел все ожидания и конкурс решено сделать ежегодным. В этом году количество номинаций увеличилось, в частности появилась номинация «Школа». Ее участники должны будут отпечатать тестовую полосу, специально разработанную ведущими специалистами полиграфической отрасли с учетом всех требований Европейского стандарта (все параметры и значения взяты из рекомендаций компании Brunner).

Сегодня зачастую допечатная подготовка и сама печать осуществляются на разных предприятиях. Издательства и рекламные агентства делают допечатную подготовку сами, после чего отдают подготовленные файлы или пленки в типографию. В итоге получается не совсем то или совсем не то, что хотелось.

Выходов из этой ситуации два: либо все производство должно быть сосредоточено «в одних руках», что возможно лишь в редких случаях; либо и при допечатной подготовке, и при печати всем надо следовать единым стандартам. Только тогда результат может быть предсказуемым. Цель конкурса — наглядно это продемонстрировать.

Специальное жюри будет оценивать результаты тестовой печати инструментальными и аналитическими методами. Таким образом, субъективизм в оценке будет сведен к минимуму. Работа, которая будет в большей степени приближена к стандартам и в ней будет минимум полиграфических дефектов (скольжение, двоение и т. д.), и получит главный приз. Фактически для предприятия, выигравшего в номинации «Школа», это будет означать, что оно «самое надежное и стабильное предприятие в плане обеспечения качества полиграфического воспроизведения по Европейскому стандарту». Не исключено, что из всех номинаций конкурса эта может оказаться самой престижной.

Подробности: [www.metrpoligrafii.ru](http://www.metrpoligrafii.ru)

**ПОЛИГРАФИНТЕР**

www.MVK.ru (095) 105-34-17

ЮБИЛЕЙНАЯ  
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО  
ОБОРУДОВАНИЯ  
И ТЕХНОЛОГИЙ

открытый мир  
полиграфии

РОССИЯ • МОСКВА • ВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

10-16  
октября  
**2005**

www.polygraphinter.ru



**СВЕЖИЙ  
НОМЕР  
И ВСЕ ГАРТ  
АРХИВ**

[www.gart.ru](http://www.gart.ru)

**БЕСШЕСТЕРЕННЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА**

Во время выставки «РосУпак» компания «Итрако» провела презентацию совместно со своим новым партнером — итальянской фирмой Utesco Converting — одним из ведущих производителей оборудования для производства гибкой упаковки.

Отвечая требованиям рынка, фирма Utesco создала две серии бесшестеренных машин — Emerald и Опух.

Машина Emerald впервые была представлена на выставке drupa 2000. Эта модель оказалась настолько совершенной, что на сегодняшний день продано уже более 60 машин этой серии. Среди них есть 8- и 10-красочные конфигурации, а также специальные модели с длиной печатного оттиска до 1250 мм. Основная отличительная особенность этих машин — не только наличие отдельных приводов для центрального и формных цилиндров, но и отсутствие каких-либо механических передач между двигателем и осью вала. Каждая печатная секция имеет надежную систему поддержки валов сверху и снизу, вследствие чего обеспечивается минимум вибрации, высокая жесткость крепления, стабильность процесса печати. Высокое разрешение

энкодеров и высокоскоростные цифровые коммуникации, соединяющие все приводы и векторные двигатели размотки/намотки, гарантируют абсолютную точность приводки. Система позиционирования печатных и растровых цилиндров имеет по 4 бесщеточных двигателя и кодера на каждую печатную секцию. Точность позиционирования положения печати — 5 мкм. Новая конструкция ракельной камеры имеет пневматическое управление и двойную микрометрическую регулировку, что гарантирует идеальный накат краски и постоянную интенсивность цвета на протяжении всего тиража.

На выставке drupa 2004 фирма Utesco представила новую серию бесшестеренных флексографских машин для гибкой упаковки — Опух. Это машина с оптимальным соотношением цена-качество, компактным дизайном и удобным обслуживанием. Опух имеет центральный цилиндр, быструю смену заказов и уровень цены ниже, чем у модели Emerald GL, что, однако, не лишает серию Опух основных преимуществ бесшестеренной технологии, разработанной фирмой Utesco.

В настоящее время при производстве гибкой упаковки флексографским

способом все больший интерес представляет печать коротких тиражей. Это связано с постоянным ростом числа мелких и средних потребителей упаковки и продолжающимся процессом диверсификации в упаковке — увеличением ассортимента в рамках одного наименования брэнда или марки. Поэтому фирмам, которые хотят стать наиболее конкурентоспособными, предлагается новое поколение бесшестеренных флексографских машин с центральным цилиндром. Основное их отличие — отсутствие шестерен и наличие индивидуальных приводов для центрального и формных цилиндров. Как следствие, время на замену формных гильз существенно снижается, поскольку не надо менять шестерни. Не менее важны и другие особенности — предприводка, приводка и позиционирование печатных секций теперь происходит автоматически, поскольку специальные программы управляют работой приводов всех валов, участвующих в процессе печати. В результате появляется возможность выиграть вдвое по времени, необходимом для подготовки нового тиража, по сравнению с традиционными шестеренными флексографскими машинами.

КОМПАНИЯ **ITRACO** ПРЕДСТАВЛЯЕТ**МАШИНЫ ГЛУБОКОЙ ПЕЧАТИ**

Гильзовая технология печатных цилиндров и прижимных валиков  
Прямой привод печатных цилиндров  
Более 10-ти красочных секций

**МАШИНЫ ФЛЕКСОГРАФСКОЙ ПЕЧАТИ**

Модели Coral, Ametist  
шестеренного типа  
Модели Опух, Emerald  
бесшестеренного типа

Использование гильзовой технологии для формных и растровых цилиндров  
Минимальное время перехода с заказа на заказ  
До 10 красочных секций

**УСТРОЙСТВА ЛАМИНАЦИИ**

С использованием клеев на растворителях и без растворителей  
Комбинированные со сменными тележками для нанесения покрытий любым способом


**ПЕЧАТНОЕ И ОТДЕЛОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ**  
**UTESCO Converting SPA**

оборудование для производства гибкой упаковки



П О С Т А В К А

**Компания ITRACO**
**Представительства в городах:**

О Б У Ч Е Н И Е

С Е Р В И С

 Санкт-Петербург, тел: +7 (812) 329-2900, e-mail: [russia@itraco.ru](mailto:russia@itraco.ru), [www.itraco.ru](http://www.itraco.ru)

Москва, Санкт-Петербург, Алматы, Екатеринбург, Краснодар, Киев, Минск, Нижний Новгород, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Тверь, Рига, Ташкент



## Бумажная упаковка

Американский рынок полиграфического оборудования переживает не самые лучшие годы. По оценкам TrendWatch Graphic Arts, стабильно растут только инвестиции в оборудование для производства упаковки... Ситуацию на российском рынке тоже блестящей не назовешь. А вот что у нас происходит на рынке производства упаковки? Мы, как обычно, обратились к таможенной статистике, и, судя по ней, производство упаковки в нашей стране растет, правда, не самыми высокими темпами.

Согласитесь, что объем рынка картонной упаковки можно оценить, исходя из объема импорта мелованных картонов и импорта готовой упаковки из них. Сюда надо добавить объем производимого в России мелованного картона, который по таможенным данным установить, к сожалению, невозможно.

Диаграммы наглядно демонстрируют рост объемов производства картонной упаковки в России. И это понятно, ведь приходят все новые транснациональные концерны, обслуживающие международных производителей пищевой продукции и бытовой химии. Вообще, прослеживается четкое соответствие крупнейших производителей упаковки ее крупнейшим же потреби-

телям. Мы неоднократно писали о том, что существуют уже сложившиеся на мировом рынке альянсы. Видимо, они теперь «складываются» и в России. Нам остается наблюдать все это со стороны. Правда, недавно появилась новость о противоположном примере. Один из российских производителей самоклеящейся этикетки и защищенной продукции приобрел своего немецкого конкурента. Сделано это было для того, чтобы выйти на международных потребителей этикеточной продукции.

А вот импорт готовой упаковки по-прежнему сокращается и изменяется его структура.

### ПРОЧИЕ

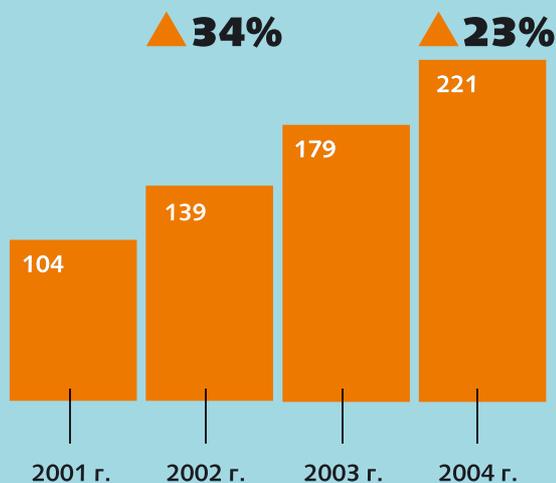
Начнем с прочей упаковки из мелованного картона. Надо сказать, что среди импортируемой продукции есть еще много того, что можно спокойно сделать в России. Например, региональная птицефабрика на Северо-Западе может импортировать из Голландии 1,5 тыс. т упаковки из картона в год. Можно подумать, что в СПб нет соответствующих производственных мощностей для того, чтобы эту упаковку сделать. Нидерланды, кстати, далеко не лидер в этом секторе. Основной объем из «прочей» картонной упаковки — 9 тыс. т — импортируется из Украины. Вслед за лидером, но уже с существенным отставанием идут Польша и Латвия.

### СИГАРЕТЧИКИ

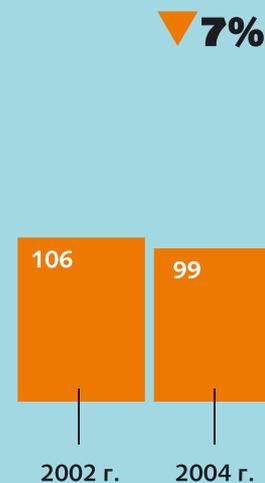
Здесь все очень просто. Наконец-то большая часть сигаретных пачек производится в России. Импортируется «всего» 35 тыс. т. Есть четыре произ-

ДИНАМИКА  
ИМПОРТА  
В РОССИЮ  
МЕЛОВАННОГО  
КАРТОНА  
И УПАКОВКИ  
ИЗ НЕГО  
(тыс. т)

МЕЛОВАННЫЙ КАРТОН

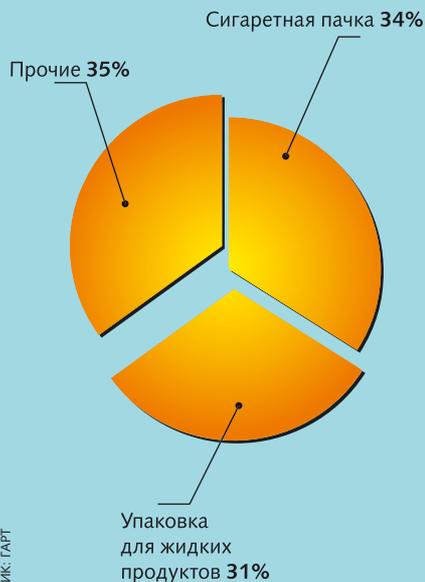


УПАКОВКА



### ДОЛИ ИМПОРТА РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ УПАКОВКИ ИЗ МЕЛОВАННОГО КАРТОНА В 2004 г.

(Общий объем  
импорта 99 тыс. т)



ИСТОЧНИК: GART

водства сигаретных пачек, на которых работают рулонные машины глубокой печати. Три из них принадлежат крупным западным упаковщикам. Одно из них — новгородский «Амкор Ренч» — является безусловным лидером. В 2004 г. объем импорта этим предприятием мелованного картона вырос на 17 тыс. т и достиг 40 тыс.!

Несмотря на все проблемы с налогами, которые, казалось бы, стоят перед отечественными производителями упаковки, это предприятие, принадлежащее крупному мировому упаковщику, продолжает уверенно наращивать объемы производства. В этом году там, кстати, была установлена еще одна линия для глубокой печати на картоне.

Весьма почтенного возраста. Привезена из Ирландии. То ли там идет перевооружение производства, то ли Европа прекращает курить в отличие от нашей страны, которая увеличивает объемы производства сигарет.

Основной страной-экспортером сигаретных пачек в Россию является Польша, где, кстати, находится еще один завод, принадлежащий компании «Амкор». За Польшей следуют Германия и Словакия, где работают производства конкурентов «Амкор».

### СОКИ

Заготовки для упаковки соков, молока и других продуктов делаются из многослойного материала, в основе которого тоже мелованный картон. Запечатывается он также на специализированных рулонных машинах, которых в России пока не много, если не считать производство крупнейшего шведского производителя упаковки для этого вида продукции и московский завод «Ламбумиз». Но, по нашим сведениям, в ближайшее время начнут работу минимум два предприятия, оснащенные специализированным оборудованием для производства заготовок. Причем одно из них приобрело новую и самую

**БЕСПЛАТНАЯ  
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»  
**GART и  
GART digital**

[www.kursiv.ru/GART](http://www.kursiv.ru/GART)

РАСПРОСТРАНЕНИЕ  
ТОЛЬКО  
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

# MULTIPACK™



[www.bereg.net](http://www.bereg.net)

наш картон  
жестче!!!

115201, Москва, 2-й Варшавский проезд 6, телефон: (095) 232 2610  
191186, С.-Петербург, Б. Конюшенная 29, телефон: (812) 329 9191  
... и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ



современную печатно-отделочную линию. Пока же лидерами по экспорту к нам этого вида продукции являются Австрия и Украина.

### БУМАЖНАЯ УПАКОВКА

Мы до сих пор говорили только об упаковке из мелованного картона. Давайте посмотрим, как развивается ситуация в других секторах бумажной упаковки. Общий объем ее импорта по сравнению с 2002 г. вырос, но незначительно. Всего на 12%. При этом структура импорта бумажной упаковки существенно изменилась.

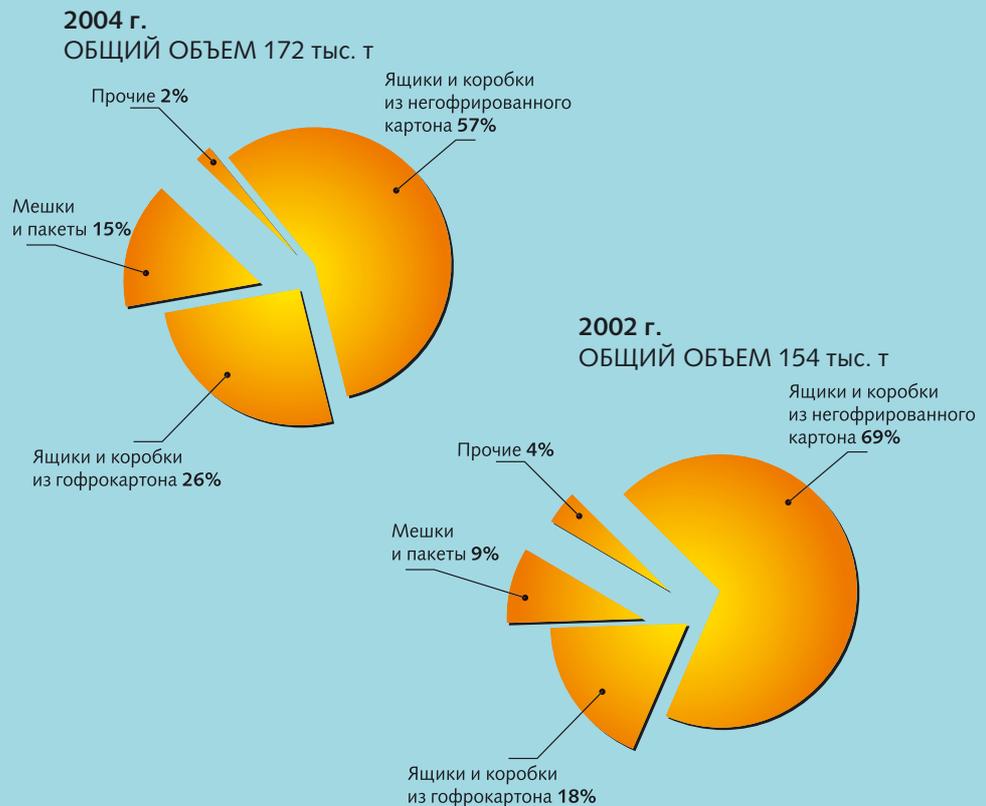
Доля готовой упаковки из негофрированного картона, а, видимо, не менее 95% этой упаковки отпечатано на мелованном картоне, существенно сократилась. И как это ни странно, существенно выросла доля упаковки из гофрокартона. В тоннах импорт этой продукции вырос на 60%. Логичное объяснение этому факту найти достаточно сложно при условии того, что в России работают сегодня как подразделения по производству гофротары отечественных ЦБК, так и фабрики ведущих европейских производителей упаковки. Хотя, конечно, территория у нашей страны слишком большая, и дополнительные затраты на транспортировку гофрокоробок оказываются не настолько существенными при импорте их из стран ближнего и не очень зарубежья. Возможно, нам не известны какие-то особенности импортируемой гофротары, но согласитесь, все-таки возить «воздух» при условии того, что сырье для производства гофрокартона в России выпускается в достаточных количествах, не очень разумно... Больше всего гофротары в 2004 г. было завезено с Украины.

«Мешки бумажные многослойные» наши предприятия вроде бы давно производят, и даже на экспорт. По крайней мере победные пресс-релизы одного из российских ЦБК мы получаем регулярно. Тем не менее, 25 тыс. т разнообразных мешков и пакетов мы импортируем.

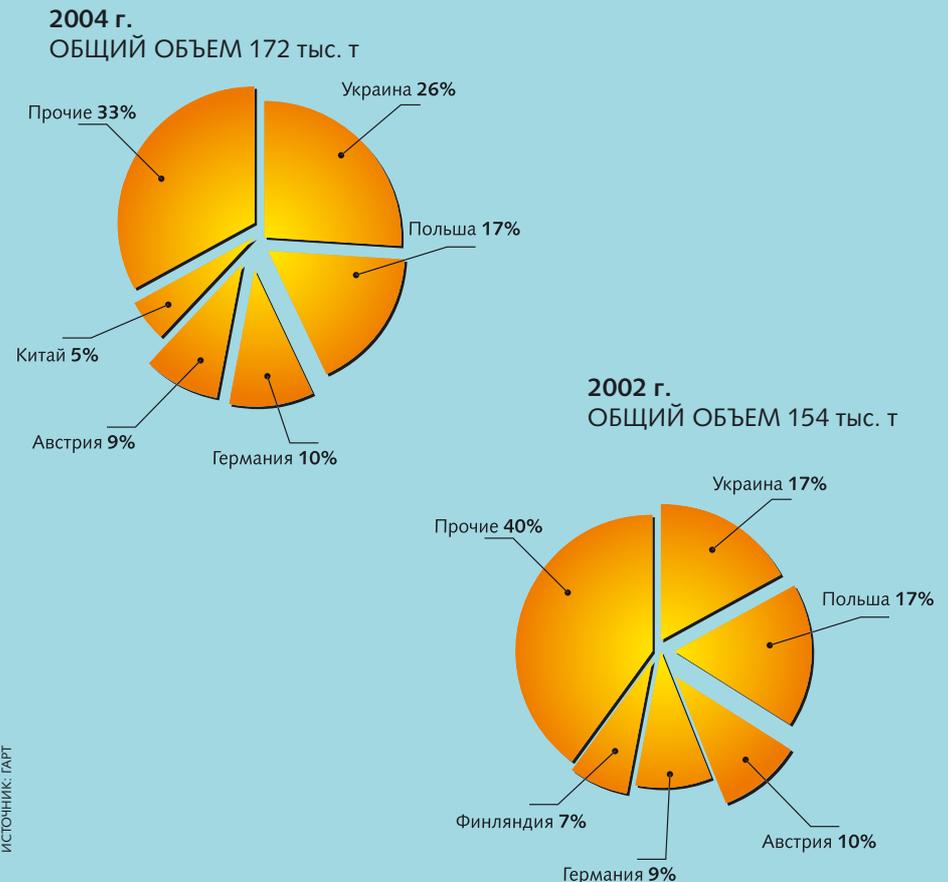
Интересны, на наш взгляд, и лидирующие страны, поставляющие в Россию готовую бумажную упаковку. Позиции безусловного лидера теперь у Украины, хотя еще два года назад ситуация была несколько иной. Поменялись местами Австрия и Германия, но самое главное — в пятерку лидеров вошел Китай. И это, видимо, совсем не случайно. Пока оттуда импортируется в основном гофротара и мешки, но то ли еще будет.

## ИМПОРТ В РОССИЮ БУМАЖНОЙ УПАКОВКИ

### ПО ВИДАМ ПРОДУКЦИИ



### ПО СТРАНАМ ЭКСПОРТЕРАМ



ИСТОЧНИК: ГАТ

> Цветовое решение  
без компромиссов!

Прямые поставки с заводов Adast, Mitsubishi



**ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ  
СИСТЕМЫ**

125190 Россия, Москва, Ленинградский проспект, 80, корп. 20  
Тел. : (095 ) 780 54 50, (095) 780 54 51 • Факс: (095) 780 54 52 • e-mail: [printsys@printsys.ru](mailto:printsys@printsys.ru)

## Готовь Heidelberg летом!

- Специальная цена на оборудование
- Полный сервисный пакет
- Бесплатное обучение печатников
- Лизинг или кредит за 3 дня

**Уникальное предложение до 31 июля 2005 года**