

на улицах  
РОССИИ

# реклама & дизайн

справочное издание  
для заказчиков  
и производителей  
наружной рекламы



СТОЛИЦА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН



**WELL-MADE TECHNOLOGIES**

**[WWW.WEMATEC.RU](http://WWW.WEMATEC.RU)**



**МЫ ИЗМЕНИЛИСЬ**

**[WWW.WEMATEC.RU](http://WWW.WEMATEC.RU)**



СТОЛИЦА

№ 19

2015

# реклама & дизайн

на улицах  
РОССИИ

ЕЖЕГОДНОЕ  
ИЛЛЮСТРИРОВАННОЕ  
СПРАВОЧНОЕ ИЗДАНИЕ



«Реклама и дизайн на улицах России» №19, 2015 г.

**Издательство «Ар энд Ди Коммуникейшнз»**

г. Москва, ул. Зорге, 7Г, офис 1

Тел./факс: (495) 234-7494, 772-4467

Главный редактор

**Олег Вахитов**

Отдел рекламы

**Светлана Голинкевич, Екатерина Бобкова**

Распространение

**Михаил Максотов**

Печать

**ООО «Немецкая Фабрика Печати»**

(495)232 45 00

Адрес: Москва, ул. Балтийская, дом 15, 8 этаж

Тираж 1000 экз.

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации  
ПИ № ФС77-32675 от 25 июля 2008 г.

Использование материалов и фотографий, опубликованных в издании, возможно только с согласия редакции. Исключение составляют случаи использования рекламодателями своих собственных работ или статей. Редакция не несет ответственность за предоставленную рекламодателями информацию.

*На 1-й обложке издания:*

Стела «Казань». Производство — «NEON-ART» (г. Казань)

*Подробнее о работе читайте на странице 10.*



*Олег Вахитов,  
главный редактор*

**К**аталог «Реклама и дизайн на улицах России» уже много лет создает летопись наружной рекламы нашей страны. Компании, публикуемые на его страницах, уже вошли в историю. Перелистывая номера разных лет, можно увидеть не только как менялось производство рекламы в техническом плане, но и как развивалась экономика нашей страны, в частности, малый и средний бизнес.

В начале нулевых мы видели, что одним из драйверов городской экономики были игровые залы и казино. Затем мы увидели бурное развитие банковских сетей. А последние годы наблюдаем активное развитие сетевого ритейла, который стал основным заказчиком для рекламно-производственных фирм.

В то же время на страницах каталога мы видим как взрослеют и мужают рекламные компании, как активно внедряются в производственный бизнес современные технологии.

Мы видим также и изменения, которые происходят в городской среде, архитектуре российских мегаполисов. Одним словом, на страницах издания можно увидеть много чего интересного. Но главная его ценность — это компании, которые гордятся своей работой, охотно демонстрируют ее результаты. Приглядитесь к ним повнимательнее! Возможно, кто-то из них может стать вашим отличным партнером или подрядчиком!

# СОДЕРЖАНИЕ

## 01 производство рекламных конструкций

РЕКЛАМА НА УЛИЦАХ ГОРОДОВ:	8
САЛОНЫ СВЯЗИ      РОЗНИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ И СУПЕРМАРКЕТЫ      ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ	
РЕСТОРАНЫ, КАФЕ, БАРЫ      ОБЩЕСТВЕННЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ      БАНКИ      ТЕАТРЫ	
КОРПОРАТИВНЫЕ ВЫВЕСКИ      СПОРТИВНЫЕ КЛУБЫ      КИНОТЕАТРЫ	
РЕКЛАМА В ИНТЕРЬЕРЕ      ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЕ И КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ	

## 02 серийные рекламно-информационные изделия

ТОНКИЕ СВЕТОВЫЕ ПАНЕЛИ, СКРОЛЛЕРЫ, ПРИЗМАДИНАМИЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ	82
---	----

## 03 нетрадиционные средства рекламы и праздничное оформление

88

## 04 рекламное оформление транспорта

РЕКЛАМА НА БОРТАХ ГОРОДСКОГО ТРАНСПОРТА	98
---	----



Полгода плохая погода, полгода — совсем никуда	106
Russ Outdoor — цифры и факты	110
VIVO — значит яркий	116
Задумываетесь о 3D-печати?	
Стоит оценить возможности цифровой резки	118
KAPA®TECH — УНИКАЛЬНАЯ НОВИНКА ЗА COMPOSITES	122
Novattro ПЭТ: долгожданная новинка от завода «СафПласт»	126
Разнообразие PLEXIGLAS®: 80 лет на мировом рынке, 10 лет производства в России	128
AMPLA DIGITAL: впервые в России	130
Группа Компаний «Континент» — 15 лет на рынке рекламных материалов и оборудования!	132
И невозможное возможно	128

I 01

производство  
рекламных конструкций

<b>NEON-ART</b> КАЗАНЬ	10
<b>РТ-ГРУПП</b> ЕКАТЕРИНБУРГ	12
<b>RESEM</b> МОСКВА	18
<b>ИКСТРИМ</b> МОСКВА	28
<b>АКВЕДУК РЕКЛАМА</b> МОСКВА	34
<b>AIRSYSTEM COMPANY LTD</b> ЕКАТЕРИНБУРГ, ЧЕЛЯБИНСК, МОСКВА	40
<b>ЕДИНЫЙ ЦЕНТР РЕКЛАМЫ</b> НОВОКУЗНЕЦК	42
<b>ЛИМА</b> АСТРАХАНЬ	43
<b>МОТОРР</b> ХАБАРОВСК	44
<b>АРТ-МАСТЕР</b> МУРОМ	45
<b>АЛЬТИМА</b> МОСКВА	46
<b>ЛАТЕК</b> МОСКВА	50
<b>РЕКОН</b> МОСКВА	54
<b>СТИЛЬ РЕКЛАМЫ</b> МОСКВА	58
<b>ЭНТУЗИАСТ РЕКЛАМА</b> МОСКВА	62
<b>ЛАЗЕРСТИЛЬ</b> МОСКВА	66
<b>НАУТИЛУС</b> ОРЕНБУРГ	69
<b>ПРИНТ-ЭКСПРЕСС</b> КАМЫШИН	72
<b>ФАСАД И ИНТЕРЬЕР</b> МУРМАНСК	74
<b>СТРИТ МЕДИА</b> ТОМСК	76
<b>РА ОКТАГОН</b> ПЯТИГОРСК	78
<b>РГ ПРОДВИЖЕНИЕ</b> БАРНАУЛ	79
<b>АРТ-БЮРО</b> СТАВРОПОЛЬ	80



Стела «Казань» это ориентир на въезде в город со стороны Москвы. Стела представляет собой динамичную композицию, символизирующую стремление к развитию. Сложная пространственная конструкция высотой 14 м выполнена из алюминиевых панелей. Объемные буквы и герб изготовлены из нержавеющей стали с перфорированной лицевой поверхностью. Внутреннее освещение через перфорацию осуществляется светодиодами.

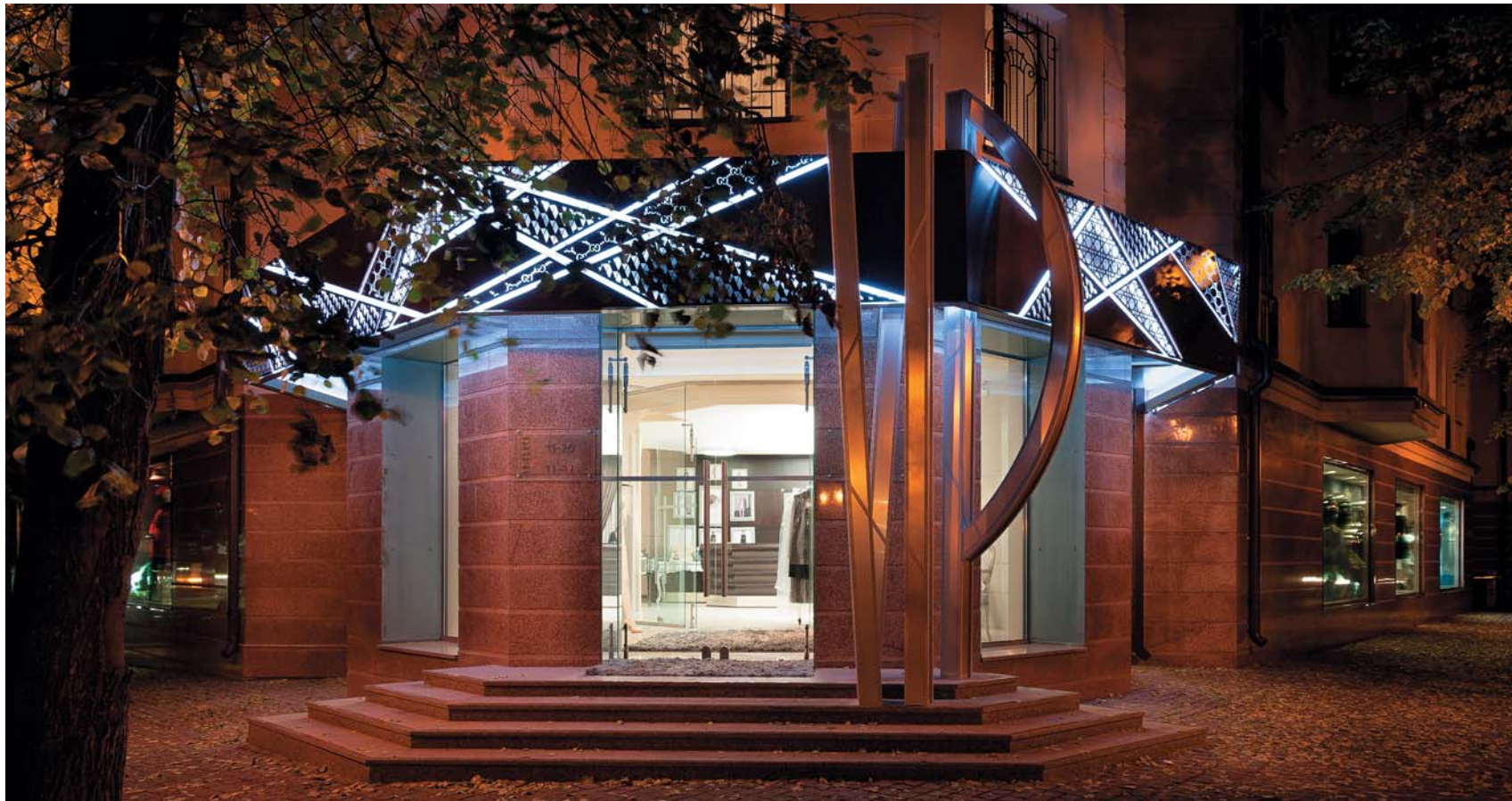


Салон «VIP» находится в престижном районе Казани. Это один из немногих магазинов дорогой одежды известных мировых брендов. Именно поэтому у заказчиков были очень высокие требования к проектированию и качеству исполнения. В процессе долгих поисков скрупулёзно были подобраны все детали вывески, чтобы она выглядела достойно и изысканно. Фасадные панели козырька, как и вся вывеска целиком, выполнены из алюминия, что увеличивает ее долговечность и придает необходимую имиджевую респектабельность. Колонны, пересекающиеся под разными углами с козырьком, под

определенным ракурсом складываются в аббревиатуру VIP.

#### «ГУЗЕЛЬ БИКЕ»

Салон находится в центральной части города, на маленькой улице, где современная архитектура успешно сочетается с историческим контекстом. Задачей архитектора было не нарушить гармонию улицы и создать фасадное оформление одновременно запоминающееся и деликатное. В солнечную погоду тени листьев колышутся на фасаде, переключаясь с рисунком вывески и образом прекрасной незнакомки.



1 02

серийные  
рекламно-информационные  
изделия

**МЕГАЛАЙТ** МОСКВА

84

**ФАВОР-ГАРАНТ** САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

86



Яркие и стильные МЕГАЛАЙТЫ были произведены и смонтированы в объединенной сети кинотеатров «ФОРМУЛА КИНО» и «КРОНВЕРК СИНЕМА» в соответствии со всеми техническими требованиями и эстетическими пожеланиями заказчика. Благодаря световым панелям премиум-класса серии MAGNET INDIVIDUAL, изготовленных по индивидуальному дизайну, рекламируемая продукция предстанет перед посетителями в ярком свете прожекторов киноиндустрии в сети современных кинотеатров Москвы, Санкт-Петербурга, Краснодара, Мурманска, Новосибирска, Сыктывкара, Рязани, Киева, Харькова и многих других. Модель MAGNET 2AA INDIVIDUAL.



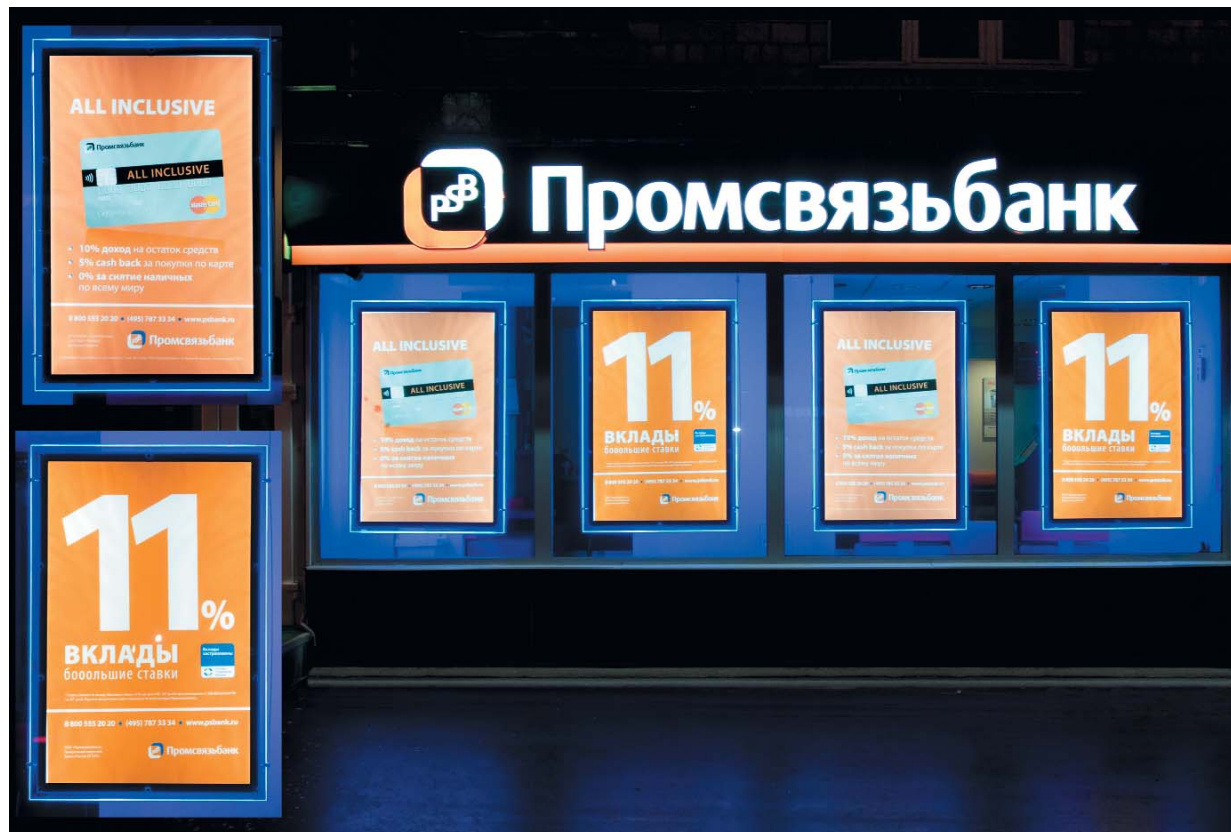
Оформление витрин входной группы сети фирменных магазинов компании **SAMSUNG** (ЗАО «Носимо»). В соответствии со всеми требованиями заказчика были произведены и смонтированы сверхтонкие МЕГАЛАЙТЫ серии LUXURY DOUBLE A1 и A0 формата. Серия LUXURY DOUBLE ДАЕТ уникальную возможность использовать в рекламных целях пространство как внутри, так и снаружи помещения. Рекламные материалы устанавливаются с обеих сторон панели, расширяя целевую аудиторию. Толщина изделия менее 2 см, отсутствие наложения одного изображения на другое, токопроводящая система креплений, легкая установка/замена изображений и конечно премиальный внешний вид — теперь магазины компании SAMSUNG обрели LUXURY формат по всей России.



Комплексное оформление витрин салонов сотовой связи «Билайн». При оформлении витрин ОАО «Вымпел-Ком» были использованы сверхтонкие двусторонние световые панели серии Luxury Double. Серия Luxury Double — это уникальная технология изготовления световой матрицы, легкость монтажа, стильный, современный дизайн, яркая и равномерная освещенность всей поверхности рекламного изображения. Рекламные изображения не выгорают и не деформируются в течение всего срока эксплуатации. Серия Luxury Double отличное дополнение любой рекламной кампании.



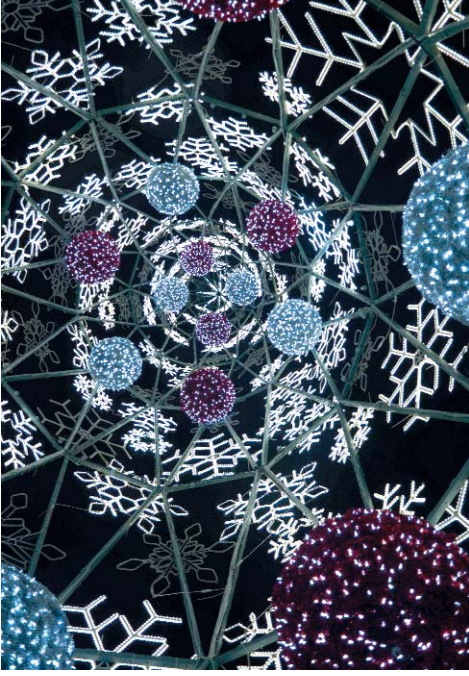
Световые панели серии Luxury Individual для «Промсвязьбанка» — отличная возможность подчеркнуть индивидуальность банка и предлагаемых им банковских продуктов. В центральной части изделия яркая равномерная подсветка белого спектра для достижения идеальной цветопередачи на рекламных изображениях, а по периметру яркий ореол синего цвета в соответствии с фирменными цветами банка. Яркий и необычный рекламный носитель индивидуального дизайна не только способен увеличивать продажи рекламируемых продуктов и услуг банка, но и одновременно демонстрирует потенциальному покупателю высокий статус рекламодателя и его принадлежность к деловому и премиальному сегменту рынка. Данная новинка от компании «МегаЛайт» была также представлена на выставке «Дизайн и Реклама» в ЦДХ.



1 03

нетрадиционные  
средства рекламы  
и праздничное оформление

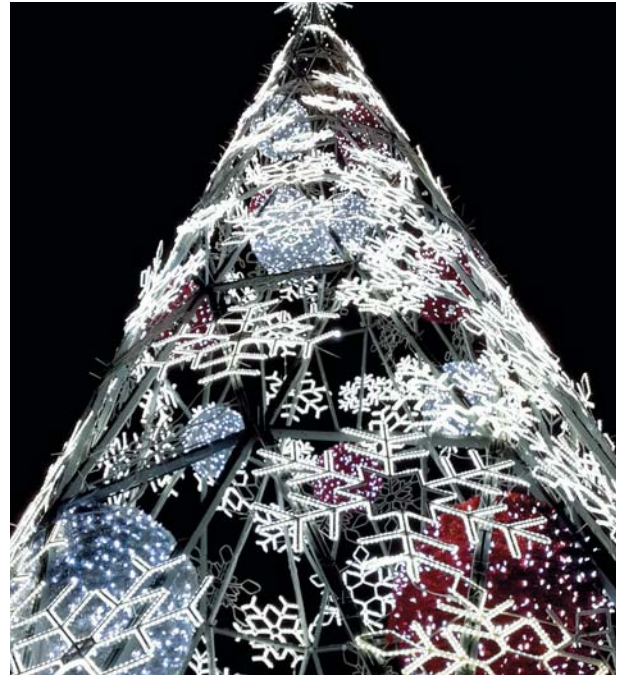
<b>МАСТЕРСКАЯ ГОРОДСКОЙ РЕКЛАМЫ</b> МОСКВА	90
<b>КОДИМИР</b> МОСКВА	94
<b>АЛЬТИМА</b> МОСКВА	96



По заказу Департамента СМИ и рекламы Правительства Москвы к празднованию Нового 2014 года была разработана и смонтирована световая декоративная композиция «В гостях у сказки». Подрядчик — ООО «Мастерская Городской Рекламы». Центром композиции стала уникальная конструкция в виде ели высотой 27 метров. Москвичам и гостям столицы была предоставлена возможность зайти внутрь ели в арку с цифрами «2013» и выйти через арку с числом «2014», таким образом совершив переход из одного года в другой. Стоило только немного задержаться внутри ели и посмотреть наверх, как взгляду открывался потрясающий вид светодинамического купола. Кроме ели в сказочном городке размещался световой фонтан в виде замерзшего

цветка и домик, на крыше которого бил ногой олень из сказки «Серебряное копытце» и по скату крыши, как в сказке, рассыпались как драгоценные камни вспышки стробоскопов.

Общее впечатление, которое создавалось от всей сказочной композиции — это ощущение праздника и особой атмосферы новогоднего настроения.



1 04

рекламное  
оформление  
транспорта





**Брендинг для «АГРОПРОМ-МДТ».**

Силами нашей компании мы осуществили доработку макета и оклейку первой партии машин для «АГРОПРОМ-МДТ». Далее перед нами будет стоять задача разработать инструкции по

оклейке, чтобы и в регионах появились такие красочные автомобили. Для выполнения заказа использовалась пленка KPMF 5000 + ламинация. Резка по контуру. Разрешение печати 720 DPI.







**РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА И ОКЛЕЙКА ДЛЯ КОМПАНИИ HYPERPC.**  
Для реализации данного проекта была предложена оригинальная идея для брендинга — проект с частично заменяемой графикой на боковинах и оригинальным дизайном. Сменяться

будут изображения только на боковинах — новые вышедшие компьютерные игры и компьютерное железо». Для выполнения заказа использовалась пленка KPMF 8000 + ламинация. Разрешение печати 720 DPI.

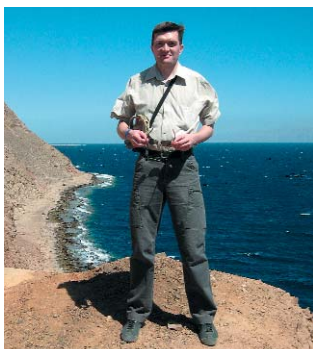


1 05

современные  
технологии  
и методы  
в наружной  
рекламе

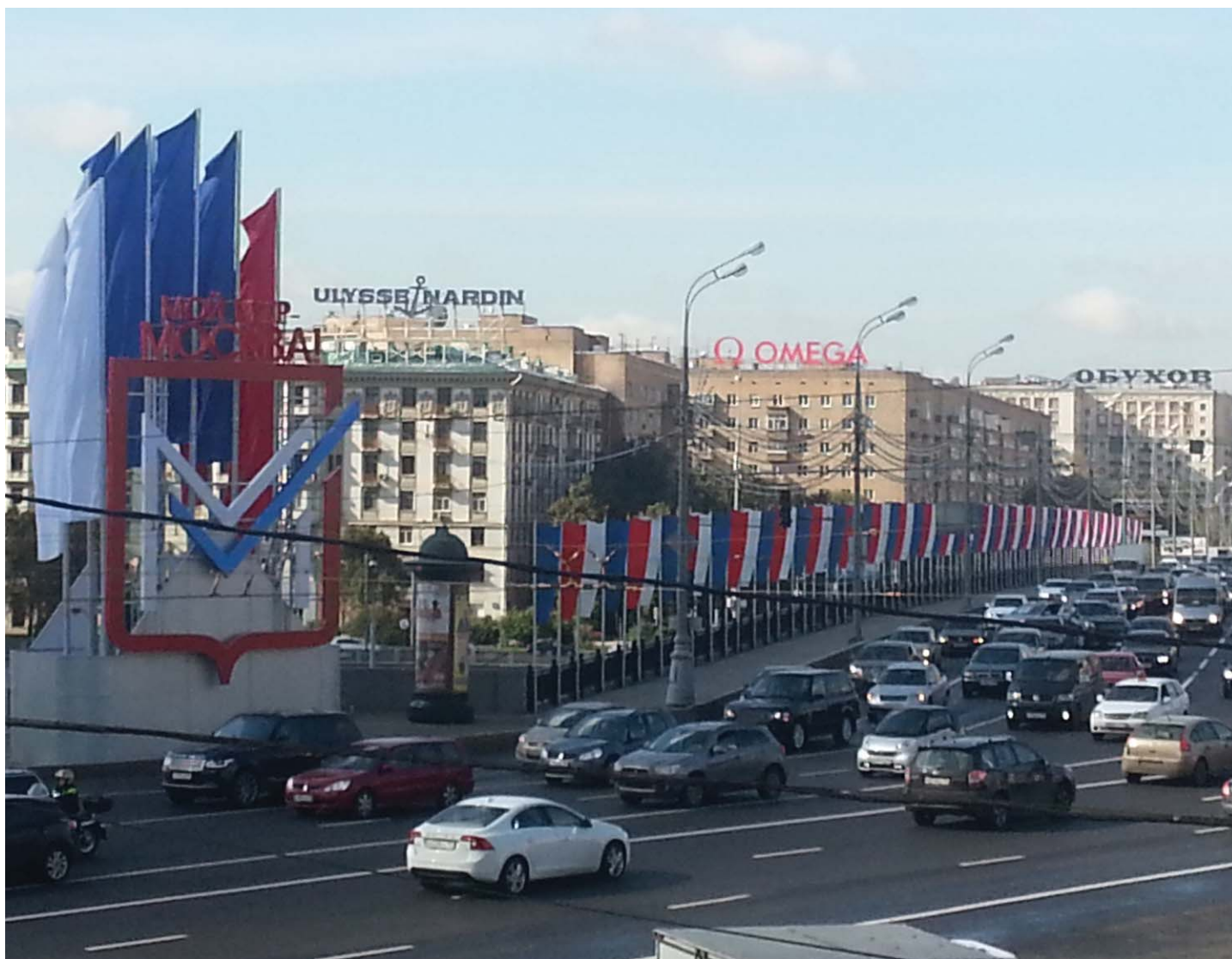
<b>RUSS OUTDOOR</b>	110
<b>ЛЕНТА</b>	114
<b>WRS</b>	116
<b>ОКТОПРИНТ СЕРВИС</b>	118
<b>ЗА COMPOSITES GMBH</b>	122
<b>ПРИЗМИКС</b>	125
<b>SAFPLAST INNOVATIVE</b>	126
<b>ДЕСТЕК</b>	128
<b>ИНК-ДОНОР</b>	130
<b>ГК КОНТИНЕНТ</b>	132

# Полгода плохая погода, полгода — совсем никуда



Сергей Шумовский,  
эксперт «ЭСПАР-  
Аналитик»

*Стагнация рекламного рынка скрывает более серьезные проблемы — такие, как существенное сокращение физических объемов размещения рекламы и снижение коэффициента коммерческой загрузки рекламных поверхностей.*



## Общая ситуация

В первом полугодии 2013 г. затраты на наружную рекламу практически не изменились. По сравнению с первым полугодием прошлого года затраты рекламодателей выросли на 1,6%, а по сравнению со вторым полугодием — сократились на 1,6% (диаграмма 1). Отчасти это можно объяснить сезонными различиями — второе полугодие традиционно имеет больший вес, чем первое. В целом за последние полтора года оборот outdoor-рынка в денежном выражении оставался в пределах 18,0 — 18,5 млрд рублей, все изменения были близки к погрешности измерений.

Однако число размещенных постеров сократилось очень значительно. Если в первом полугодии 2013 года было размещено почти 870 тыс. постеров с коммерческой рекламой, то во втором полугодии — порядка 810 тыс., а в первом полугодии текущего года — только 730 тыс. (таблица 1). По сравнению со вторым полугодием прошлого года сокращение составило около 10%.

Несоответствие между сокращением физических объемов размещения и сохранением объемов рынка в денежном выражении объясняется увеличением цен на услуги наружной рекламы, показатели составили порядка 15 — 20% в годовом исчислении, без учета макроэкономической инфляции. В 2012 — 2013 гг. медиаинфляция, как палочка-выручалочка, компенсировала сокращение объемов размещения рекламы и даже позволяла рынку формально оставаться «в плюсе». Однако в целом ситуация неуклонно ухудшалась, что хорошо демонстрируют пунктирные линии трендов на диаграмме 1. В первом полугодии 2014 года возможности для поддержания

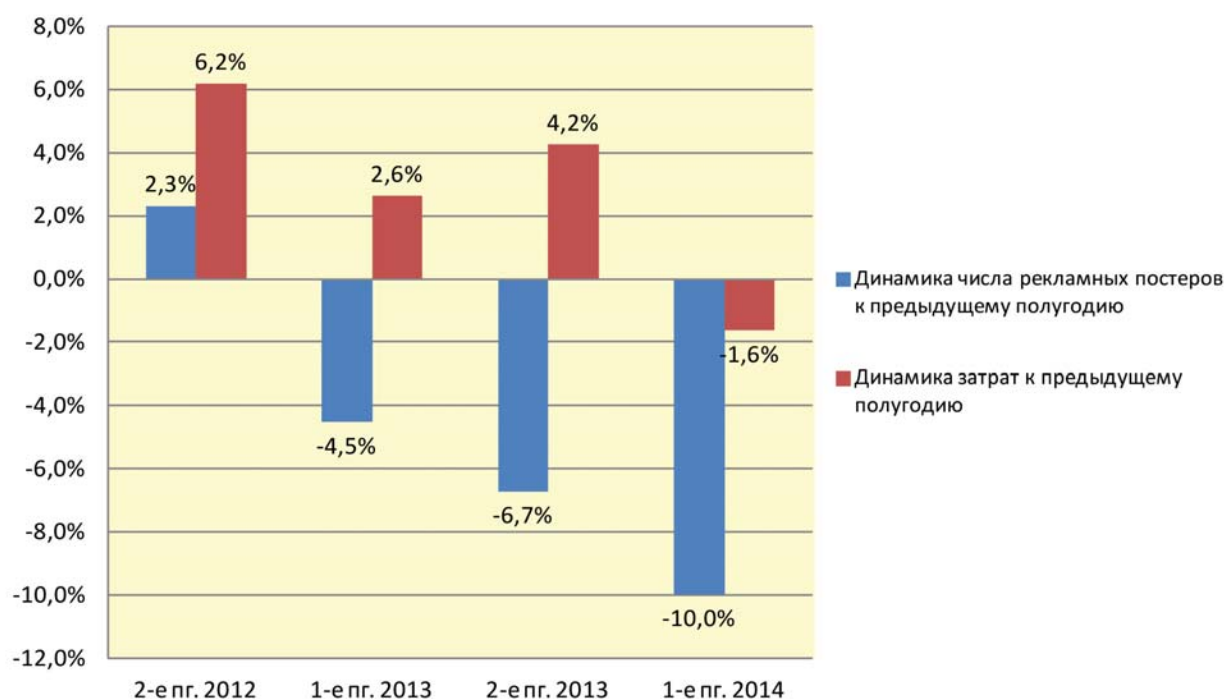
объемов рынка за счет увеличения цен оказались исчерпаны. Произошло самое опасное — снижение коммерческой загрузки рекламных поверхностей.

Если в 2012 — 2013 гг. сокращение физических объемов размещения было обусловлено в первую очередь сокращением рекламного инвентаря при сохранении нормальной загрузки рекламных поверхностей в диапазоне 76 — 78% (таблица 1), то в первом полугодии текущего года этот показатель обвалился до 64%. Хотя отчасти это снижение было обусловлено рядом «технических» факторов, таких как установка новых рекламо-

### ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ По данным мониторинга, 50 крупнейших городов

	Число размещенных рекламных постеров, тыс. ед.	Заполняемость рекламных поверхностей	Затраты на наружную рекламу, млрд. руб.
1-е пг. 2012	890	75,8%	16,5
2-е пг. 2012	910	78,3%	17,5
1-е пг. 2013	869	76,7%	18,0
2-е пг. 2013	811	76,2%	18,7
1-е пг. 2014	730	64,4%	18,4

### Динамика outdoor-рынка по полугодиям



# И невозможное ВОЗМОЖНО



*Валентин Сучков,  
редактор журнала  
«НАРУЖКА. Издание для  
производителей рекламы»*

*Новаторские решения для индустрии визуальной рекламы, разрушая сложившиеся на рынке стереотипы, позволяют сайнмейкерам оперативно реагировать на вечно меняющиеся запросы клиентов, повышать рентабельность бизнеса и расширять спектр оказываемых услуг.*

**Н**есмотря на внешне наблюдаемое в последние полтора-два года затишье в мировой индустрии вывесок и средств визуальных коммуникаций, производители рекламы продолжают находить все новые и новые способы повышения маржинальности своих услуг, осваивать прежде не знакомые им технологии и исследовать качества и возможности появляющихся на рынке разработок в области расходных материалов и светотехники. И разве может быть иначе, если хорошо отлаженные, но традиционные методы работы пяти- или семилетней давности подчас почти не приносят рекламно-производственному предприятию ощутимой прибыли? Меняются и приоритеты заказчиков, и, в полном соответствии с ними, меняется и рентабельность тех или иных направлений. Возрастает спрос на нестандартные, способные удивлять и поражать аудиторию решения, на энергоэффективные световые вывески, на высококачественную экологичную интерьерную рекламу, а также на изготовление уникальной персонализированной продукции. Реагируя на запросы sign-индустрии и непосредственно на потребности заказчиков вывесок и коммерческой графики, компании, специализирующиеся на выпуске расходных материалов, светотехники и оборудования для производства визуальной рекламы, вынуждены проявлять максимум изобретательности и подтверждать свое новаторство созданием по-настоящему востребованных и прогрессивных разработок. О наиболее смелых и перспективных решениях, увидевших свет в 2013-2014 годах, и только еще готовящихся к запуску в серийное производство новинках, мы и расскажем.

## **Прогрессивные пластики увеличивают эффективность световой рекламы**

Из года в год классические модификации листовых полимеров, будь то ПВХ, акриловое стекло или полистирол, продолжают пользоваться активным спросом на рынке

производства вывесок и других средств визуальной рекламы. Тем не менее, ведущие химические предприятия не прекращают работать над выпуском новых разновидностей своей продукции, способных в еще большей степени удовлетворить запросы современных потребителей. С помощью листовых пластиков образца 2013-2014 годов производители рекламы способны предлагать своим клиентам экономически более выгодные и визуально более эффективные решения.

Как известно, на рынке визуальной рекламы зачастую востребованными оказываются нестандартные решения, которые способны выделить бренд или торговый объект фирмы-заказчика на общем фоне и тем самым привлечь к нему дополнительное внимание потенциальных покупателей. К материалам, с помощью которых можно реализовать подобные нестандартные проекты, можно отнести одну из недавних разработок компании Polycasa, литой акрил Polycasa CAST Argenta. К слову, стоит напомнить, что под именем



Polycasa с осени 2013 года работает одно из ведущих европейских предприятий по выпуску листовых пластиков, которое ранее было известно как Quinn Plastics.

Впервые акрил Polycasa CAST Argenta был представлен на мировом рынке листовых полимеров в 2013 году. Данная разновидность акрилового стекла интересна тем, что выпускается в семи металлизированных расцветках (и в других цветах — ограниченными партиями под заказ). При изменении угла зрения на изделия из Polycasa CAST Argenta оттенок и насыщенность цвета пластика визуально меняются, что придает вывескам особую эффектность и дополнительную объемность. Если использовать этот акрил в изначальном (плоском) виде, материал практически непроницаем для света. После же обработки по технологии термовакуумного формования Polycasa CAST Argenta приобретает способность пропускать свет, достигая уровня светопропускаемости в 30% — 50% (в зависимости от расцветки и приобретенной после термоформовки толщины). Около года назад компания Altuglas International, входящая в группу компаний Arkema, выпустила целое семейство новых разновидностей листового акрила, оптимизированных для светодиодной подсветки. В частности, линейка Altuglas LED включает в себя акриловые листы, представленные в 14 стандартных расцветках. Благодаря их высокой светопропускаемости и однородному светорассеиванию с помощью материалов этой серии можно сократить число светодиодов, используемых во внутренней подсветке вывесок и объемных букв, на 20% и заодно минимизировать количество потребляемой электроэнергии, необходимой для работы вывески в темное время суток. Как заявляет компания-производитель, листовый акрил Altuglas LED в корпоративных цветах, отличных от стандартной палитры, также изготавливается и поставляется по специальному заказу клиента.

Еще одной примечательной серией акрила для изготовления световых вывесок со спецэффектами от компании Altuglas International стала линейка листовых пластиков Altuglas Night & Day. В ней представлены акриловые листы, которые в светлое время суток имеют один цвет, а при наступлении сумерек и включении внутренней подсветки приобретают другой цвет (к примеру, днем — черный, ночью — белый). В серии Altuglas Night & Day выпускаются четыре цветовых варианта: «черный-белый», «серый-белый», «зеленый-белый» и «синий-белый». Листовой акрил данной линейки отличается высокой стойкостью к воздействию ультрафиолета, и его можно с легкостью подвергать термовакуумной формовке.

### **«Озеленение» расходных материалов как общемировой тренд**

Ужесточающиеся санкции структур, регулирующих отрасль производства визуальной рекламы и коммерческой графики в странах Запада, заставляют сайнмейкеров и печатников все чаще отказываться от традиционных технологий и все больше внимания уделять экологичности своих производств. Реагируя на возрастающие потребности рынка в «зеленых» решениях, предприятия, выпускающие расходные материалы, в последние полтора-два

года фокусируют свои усилия на разработке экологически безвредных и пригодных к вторичной переработке листовых пластиков, самоклеящихся пленок и других носителей для широкоформатной печати. Так, в конце 2013 года компания Brett Martin приступила к серийному производству ударопрочного ПЭТГ Marpet-g FS. Прозрачный и огнестойкий пластик обладает выдающейся оптической прозрачностью и высокой стойкостью к химическому воздействию, при этом он полностью пригоден к вторичной переработке. Поскольку Marpet-g FS можно с легкостью подвергать формованию, его можно использовать в качестве альтернативы поликарбонату, литому акрилу и ПВХ в производстве вывесок, световых рекламных установок и различных P.O.S.-материалов. Ударопрочность и стойкость к ультрафиолетовому излучению нового пластика позволяют применять его не только в качестве основы для офисных перегородок, но и в возведении павильонов на остановках общественного транспорта, и в изготовлении рекламных конструкций типа «сити-формат». Marpet-g FS не кристаллизуется при нагреве и тем самым отлично демонстрирует себя при обработке по технологии вакуумного формования. Перед формовкой пластик не нуждается в предварительном просушивании, что позволяет производителям вывесок экономить и время, и деньги. Marpet-g FS также можно подвергать холодной и горячей гибке, поскольку в местах сгиба пластик не белеет и не трескается. Материал сохраняет свою ударопрочность после термовакуумной обработки, и уже отформованные заготовки можно с легкостью резать, пилить, сверлить, штамповать и т. д. Новый ПЭТГ от Brett Martin можно также использовать в качестве носителя для шелкотрафаретной печати и для цифровой печати УФ-отверждаемыми чернилами. Стойкость Marpet-g FS к воздействию химических соединений, атмосферных загрязнений и ультрафиолетового излучения оценивается в пять лет.

В мае 2014 года компания ZA Composites, всемирно известный производитель листовых материалов для строительства и рекламы DIBOND, FOREX, SMART-X, KAPA, FOAMALITE и LUMEX, представила свою новую разработку — биоразлагаемые панели SMART-X natura, предназначенные для изготовления экологически безвредных P.O.S.-материалов и других средств визуальной рекламы. Инновационный материал создан в рамках крупномасштабного проекта SustainComp, начатого в 2008 году при финансовой поддержке Европейской комиссии. Цель проекта SustainComp — разработка новых типов экологически безвредных композитных материалов для применения в широком спектре различных областей. Новый материал, SMART-X natura — это композитная панель, изготовленная на основе полимолочной (полиоксипропионовой) кислоты, которая представляет собой термопластичный полиэфир, получаемый из возобновляемых природных источников (к примеру, из кукурузы). Это вещество пригодно для компостирования и переработки. Панели SMART-X natura изготавливаются по технологии коэкструзии двух внешних тонких слоев поверх сердцевины из вспененной полимолочной кислоты. В результате достигается эстетичность поверхностей материала и их совместимость с чернилами для печати. Как заявляет компания-разработчик,



# Russ Outdoor

Эксперт в области  
визуальных коммуникаций