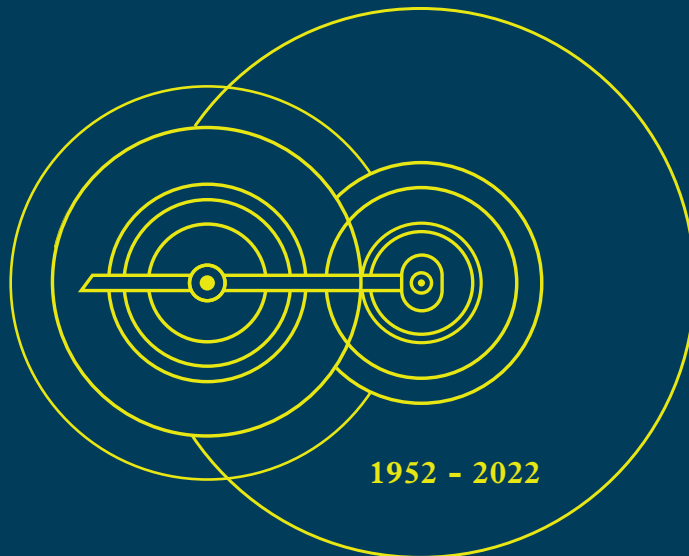


Dynagraph



70TH ANNIVERSARY EDITION

Dynagraph

1952 - 2022



70TH ANNIVERSARY EDITION

Dynagraph 70 Years Anniversary, 2022 Edition

Copyright © 2022 Dynagraph

All rights reserved
All images are copyright controlled

DYNAGRAPH GULF FZ LLC

C23-Production City,
P.O. Box 35495, Dubai,
United Arab Emirates
Tel. +971 4 34 777 24
Email. info@dynagraph.net
Website: www.dynagraph.net

Project Coordination
& Publishing Activities
by **Rawiya Editions**
www.rawiyaeditions.com

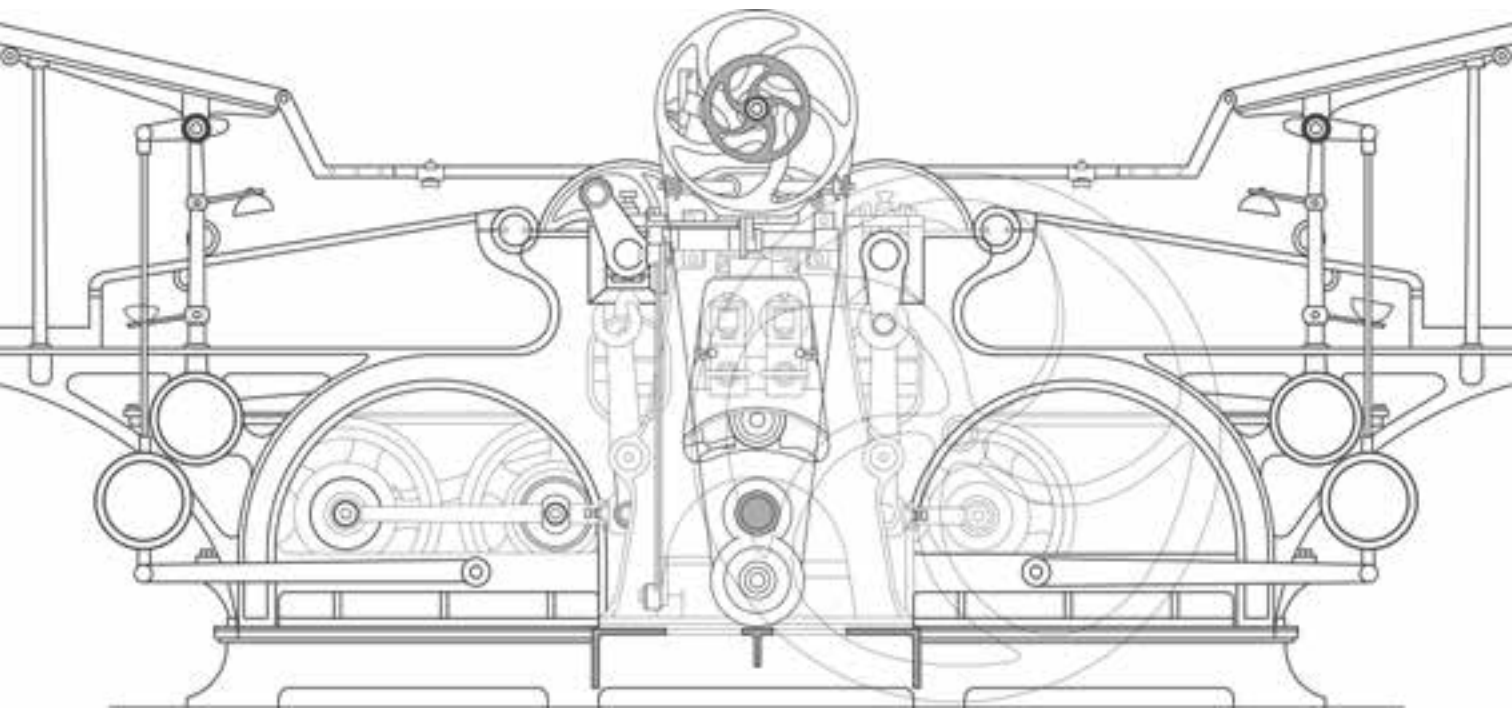
Printed in Lebanon
by **Anis Commercial Printing Press s.a.l.**
www.anispress.com

Binding
by **Fouad Baayno Book Bindery s.a.r.l.**

Special thanks to
Communication Design sal

Special thanks to all those
who contributed to the
production of this book.

MAKING HISTORY IN PRINT



*"To our family, friends, customers, business partners, and every
person who has made this journey possible"*

"إلى عائلتنا، أصدقائنا، عملائنا وشركائنا في العمل وكلّ شخص ساهم في تحقيقنا هذه المسيرة"

Content

08	Introduction
10	Chapter One: History of Print <i>From "Bi Sheng" to "Gutenberg" epochs</i>
16	Chapter Two: A Cradle of Arab Culture <i>Beirut and the history of printing in Lebanon</i>
20	Chapter Three: Foundation of a Dynasty <i>Youssef Kara & Fils</i>
26	Chapter Four: The 1970s <i>Sustainability and growth</i>
32	Chapter Five: The Civil War <i>Determination and survival</i>
50	Chapter Six: A New Millennium <i>Adapting to high-end technologies</i>
66	Chapter Seven: Uncharted Territory <i>Growth opportunities</i>
70	Chapter Eight: Dynagraph Today <i>A standard of excellence</i>
88	Chapter Nine: Navigating the future of print <i>Printing in the age of digitalization</i>
98	Tributes
104	Acknowledgement
106	Dedication

المقدمة	09
الفصل الأول: تاريخ الطباعة من عصر "بي شنج" إلى عصر "غوتنبرغ"	11
الفصل الثاني: بيروت مهد الطباعة العربية تاريخ الطباعة في لبنان	17
الفصل الثالث: مسيرة تنقلها الأجيال يوسف قري وأولاده	21
الفصل الرابع: السبعينات سنوات النجاح الملتامي والمستقبل الواعد	27
الفصل الخامس: الحرب الأهلية عزم واستمرار في العطاء	33
الفصل السادس: الألفية الجديدة التأقلم مع أحدث التقنيات	51
الفصل السابع: منطقة واعدة فرص النمو	67
الفصل الثامن: دايناغراف اليوم معيّار في التميّز	71
الفصل التاسع: مستقبل الطباعة: إلى أين؟ الطباعة في عصر الرقمية	89
شهادات تقدير	98
رسالة شكر	104
الإهداء	106

Introduction

To our family, friends, customers and partners, and every person who has made this journey possible and continue to stand by us, as we embark on the next chapter of Dynagraph's proud history. Ours is a family tale of passion and resilience in the face of adversity. The story of a modest enterprise that overcame war and personal tragedies to ultimately expand and thrive against all odds. This historical perspective attempts to capture some of the key events of the past decades, which helped in transforming a small family-run business into a key player in the regional printing industry. In these pages, we retrace the efforts and commitments of family members and employees in building an admired and respected pioneer in print.

Most importantly, this chronicle pays tribute to Ihsan El Kara, chairman of Dynagraph, who did not spare any efforts and went the extra mile to realize the family's vision. Past and present colleagues will also find themselves in these pages, as all of them

have played a significant role in elevating Dynagraph to its current leadership position in the Middle East's printing industry. Dynagraph continued its unique work philosophy: an unrelenting commitment to service and a customer-focus business model which places the client's needs as our utmost priority.

We are equally proud to have built a large, robust and far-reaching team: from administration to sales, marketing and accounting, Dynagraph can count on the dedication of professional staff in carrying out its activities. Yet, it is our unrivalled aftersales technical support team, which truly sets Dynagraph apart in the industry.

The following pages reveal how the dreams of a railway employee with a passion for excellence turned into one of the major success stories in the regional printing industry, becoming the innovative and dynamic industry leader Dynagraph is today.

المُفَرِّتة

المشتركة لعملائه وشركائه وموظفيه.

بالإضافة إلى ذلك، سيجد زملاء سابقون وحاليون أنفسهم بين سطور هذه الصفحات، لكونهم جزءاً لا يتجزأ من هذا التاريخ، فقد لعبوا دوراً مهماً في مسيرة دايناغراف لتصل إلى ما هي عليه اليوم في صناعة الطباعة في منطقة الشرق الأوسط، لذا لا بد من الإضاءة على مساهماتهم القيّمة.

تواصل دايناغراف التزامها وتمسكها بمبادئ المؤسسين التي تم توارثها عبر السنين: الالتزام بخدمة العملاء على أفضل وجه، ووضع مصلحة العميل على رأس الأولويات.

وانطلاقاً من المبادئ نفسها، نفتخر بفريق عملنا الذي يتميز بالمتابعة والكفاءة في مختلف الأقسام الإدارية والمبيعات والتسويق، مروراً بالمحاسبة، وصولاً إلى الفريق الفني والتقني، وخدمة ما بعد البيع. وقد شكّل هذا الأخير علامة فارقة في مسيرة شركة دايناغراف.

ستروي الصفحات التالية كيف تحوّلت أحلام موظف حالم وشغوف إلى حقيقة ملموسة، لتصبح دايناغراف قصة من قصص النجاح في صناعة الطباعة في منطقة الشرق الأوسط.

نهدي هذا العمل المتواضع إلى عائلتنا وأصدقائنا وعملائنا وشركائنا الكرام، وإلى كلّ الذين شاركونا في هذه المسيرة، ولا يزالون إلى جانبنا فيما نستعد للخطوات المقبلة من مسيرة كفاح دايناغراف التي بدأها الأجداد ويكملها الأحفاد.

لقد كان شغف أفراد العائلة الدافع الأول والمحرك الرئيسي لمسيرة متكاملة من النجاح، تخطت الصعاب، وازدهرت على مرّ السنين. هي قصة شركة متواضعة واجهت أعتى التحديات من ظروف عائلية قاسية، وحروب متتالية، وفتحت آفاقاً للكثيرين في زمن كان فيه الأمل بغدٍ أفضل شبه معدوم. فكبرت معهم، وكبروا معها، ليحصدوا على مرّ العقود نجاحاً تلو الآخر.

تهدف هذه النبذة التاريخية إلى تسليط الضوء على أهمّ المحطات التي شهدتها الشركة خلال العقود الماضية، والتي ساهمت في تحويلها من شركة عائلية متواضعة، إلى لاعب رئيسي في صناعة الطباعة في المنطقة.

نعود بالذاكرة من خلال هذه الصفحات للثناء على الجهود التي بذلها جميع أفراد العائلة والموظفون لبناء مؤسسة متميزة يُفتدى بها في مجال الطباعة، كما نهدي من خلالها إلى تكريم إحسان القرى، ابن هذه العائلة الطموحة، ورئيس مجلس إدارة شركة دايناغراف، الذي بذل كلّ ما في وسعه لتأمين المصلحة

~~13~~

CHAPTER ONE

16

History of Print

From "Bi Sheng" to "Gutenberg" epochs

1885

ثاڻرڻج الطبيب احسن

من عصر "بي شنج" إلى عصر "غوتنبرغ"

Words, signs and languages have always been essential to human civilization. Communication was originally verbal, then evolved into hand-writing. Writing was considered a cumbersome and time-consuming method, before the breakthrough of a technology which changed the world: the printing press, a mechanical device used to transfer ink from one surface to another. Widely acknowledged as one of the most important inventions in the history of mankind, the printing press revolutionized communications, broadening the reach of the written word and greatly accelerating the transmission of knowledge.

Although Johannes Gutenberg is commonly regarded in the West as the father of the printing press technology, a Chinese inventor by the name of Bi Sheng first developed a more rudimentary prototype in the mid 11th century AD.

Gutenberg adapted existing screw presses in the mid 15th century and created the world's first complete printing system. A goldsmith by trade, Gutenberg invented the mechanical moveable type printing, leading the path for mass mechanized production of newspapers and books.

Whereas typographic hand printing could produce approximately 40 pages per day, and hand copying far fewer than that, a single Renaissance printing press could churn out 3,600 pages daily. Unsurprisingly, this revolutionary technique

rapidly spread throughout Europe. It is estimated that by the early 16th century - within 5 decades of the advent of the printing press - over twenty million volumes had been printed throughout 200 cities across a dozen European countries.

The impact of the printing press was so impressive, that the English philosopher and scientist Francis Bacon could proclaim as early as 1620 that the invention had “changed the whole face and state of things throughout the world”. Print media became synonymous with the technique, and the term “Press” is still used in this sense today.

From the onset, printing was practiced not only as a means of communication, but as an art form standing by itself. Gutenberg's 42-Line Bibles are amongst the most prized books in the world today, and they continue to be revered for their aesthetic qualities alongside their historical importance.



أول آلة رول لطباعة الصحف - صنعت عام 1877.
Single-reel rotary letterpress for newspaper printing Built in 1877.



نسخة نادرة من القرآن الكريم طبعت في أوروبا عام 1694.

Rare copies of the Holy Quran, printed in Europe in 1694.



مخطوطة بالحرف السرياني.

Syriac Manuscript.

لطالما كانت الكلمات واللغات والإشارات مهمة للحضارة البشرية. في البدء، كان التواصل شفويًا، ومن ثم تطوّر إلى الكتابة بخط اليد، وكانت هذه التقنية الأخيرة أصعب وأكثر تعقيدًا، إذ كانت تتطلب الكثير من الوقت والجهد، إلى أن تم التوصل إلى ابتكار تكنولوجي جديد أحدث ثورة في عالم التواصل، ونعني به "المطبعة". وهي عبارة عن آلة تعمل بحركة ميكانيكية، وتقوم بنقل الحبر من سطح إلى آخر، وقد اعتبرت أهم الاختراعات في تاريخ البشرية، إذ أحدثت ثورة في عالم التواصل، ووسّعت نطاق الكلمة المكتوبة، وسهّلت إلى حد كبير عملية نشر المعرفة.

على الرغم من اعتبار الغرب أن Johannes Gutenberg هو أب تكنولوجيا المطبعة، إلا أن مخترعًا صينيًا يدعى "Bi Sheng"، كان قد طوّر نموذجًا بدائيًا للمطبعة في منتصف القرن الحادي عشر ميلادي.

Gutenberg الذي كان صائغ مجوهرات في الأساس، أجرى تعديلات على تقنيات الطباعة السائدة في منتصف القرن الخامس عشر ليبتكر في ذلك الوقت أول نظام طباعة متكامل في العالم. فاخترع Gutenberg الطباعة الميكانيكية ذات الحروف المتحركة. وقد ساهم هذا التطوّر في تعزيز صناعة الطباعة وإنتاج الصحف والكتب بكميات أكبر تلبي حاجات السوق. وفيما كانت تقنيات الطباعة القديمة غير قادرة على إنتاج أكثر من أربعين صفحة يوميًا، وعددًا أقل بكثير عبر النسخ اليدوي، صار بإمكان مطبعة من عصر النهضة أن تنتج نحو 3600 صفحة يوميًا. لذا كان من البديهي أن تنتشر هذه التقنية الثورية بسرعة في جميع أنحاء أوروبا. وتشير التقديرات إلى أنه

As the printing press expanded beyond Europe, it helped standardize the format of other sacred texts including the Holy Quran. The first edition of the Holy Quran was printed using moveable type that was produced in Hamburg in 1694, while subsequent editions saw the light throughout the 18th and 19th centuries in Russia, Persia and the Ottoman Empire.

One can scarcely overstate the impact of the “Gutenberg Revolution” on world’s history. Simple, affordable access to the printed word greatly democratized knowledge. A rapid rise in literacy rates strengthened the middle classes and challenged the traditional dominance of elites, who have until then relied on exclusive access to information.

New, often revolutionary ideas circulated freely and rapidly, while traditional power structures reacted uncomfortably to this new reality.

In parallel, European identities and nationalism began to form, aided by the crystallization of individual languages away from Latin. The printed document, with its rapidly shared common message, developed cultural self-awareness and helped pave the road for the birth of the European nations.

The 19th century saw the advent of steam-powered rotary presses, replacing the original hand-operated models and taking printing to the new industrial level. Modern printing was born.



Syriac manuscript of the Old Testament.

كما ساعد الانتشار السريع للقراءة والكتابة في دعم الطبقات الوسطى لتحدي هيمنة الطبقة الميسورة التقليدية التي كانت تحتكر في ذاك الزمن الحق في الحصول على المعلومات. ومنذ ذلك الحين، صارت الأفكار الثورية الجديدة تنتشر بسرعة، وهذا الأمر لم يَرُقْ لأصحاب النفوذ. بموازاة هذا الواقع الجديد، بدأت الهويات الأوروبية والقوميات تتشكل، خاصة بعد تبلور اللغات المحلية بعيداً عن سيطرة اللغة اللاتينية. وأضحى الانتشار السريع للمطبوعات بين الناس عاملاً في تنمية الثقافة الذاتية، وفي تعبيد الطريق أمام نشوء الدول الأوروبية فيما بعد.

أما القرن التاسع عشر، فقد شهد ولادة ماكينات طباعة اللقائف الورقية ذات المحركات التي تعمل على البخار، والتي حلّت مكان غماذج ماكينات الطباعة اليدوية التقليدية، ونقلت الطباعة إلى العصر الصناعي، فولدت الطباعة الحديثة.



آلة طباعة صنعت في العام 1860.

Printer press from the 1860s.

مع حلول أوائل القرن السادس عشر، أي بعد خمسة عقود من ظهور المطابع، كانت قد تمّت طباعة أكثر من عشرين مليون مجلّد في نحو 200 مدينة منتشرة في اثنتي عشرة دولة أوروبية.

كان التأثير الذي أحدثته المطبعة كبيراً إلى حد حمل الفيلسوف والعالم الإنكليزي Francis Bacon على القول إنها "اختراع غير صورة الأشياء وحالها برمتها في جميع أنحاء العالم". واقتنر الإعلام المطبوع بالوسيلة التقنية هذه، وأضحى مصطلح "المطبعة" دليلاً واضحاً على هذا التطور حتى يومنا هذا.

منذ نشأتها لم تستخدم الطباعة كوسيلة تواصل فحسب، بل كانت فنّاً بحدّ ذاتها، إذ تُعتبر نسخ الكتاب المقدس ذات الأسطر الاثني والأربعين التي طبعها Gutenberg من بين أكثر الكتب قيمة في العالم اليوم، بفضل جمال شكلها ومضمونها وأهميتها التاريخية.

وعندما انتشرت المطبعة خارج حدود القارة الأوروبية، ساعدت على توحيد مقاسات النصوص المقدسة الأخرى وأشكالها، بما في ذلك القرآن الكريم. وتمّت طباعة أوّل نسخة من القرآن الكريم باستخدام تقنية مجسّمات الحروف المحرّكة في مدينة هامبورغ الألمانية في العام 1694، تبعتها طباعات أخرى على مرّ القرنين الثامن عشر والتاسع عشر في كل من روسيا وبلاد فارس والإمبراطورية العثمانية.

لا شك في أنّ "ثورة غوتنبرغ" في صناعة الطباعة قد غيّرت وجه التاريخ، وأثّرت في العالم أجمع، فقد أسهم الوصول السهل والبسيط إلى كلمة المطبوعة في نشر المعرفة بين مختلف طبقات المجتمع.



CHAPTER TWO

A Cradle of Arab Culture

Beirut and the history of printing in Lebanon

بيروت
مركز الطباعة
العربية

تاريخ الطباعة في لبنان

Printing in Lebanon can be traced back to 1585, with the first press recorded at the Convent of Saint Anthony of Kozhaya in the Qadisha Valley; a second printing press was established later in 1610.

The first publication in the Middle East was the Book of Psalms. Afterwards, printing broadened its horizons in Lebanon and throughout the region, finally coming into its own towards the end of the 19th century as Beirut became a cosmopolitan cultural and commercial hub in the region. Gaining independence in the early 20th century, Lebanon witnessed its literary and journalistic communities thrive.

By the 1940s', dozens of newspapers and over 100 periodicals were published in Beirut, in Arabic, French, English and Armenian. Lebanon hosted the first Arab Book Fair in 1956, and in the 1960s Beirut hosted over 250 printing presses and nearly 100 publishing houses. Authors from throughout the region sought asylum and found freedom in the progressive and tolerant Lebanese intellectual community.



مطبعة دير قزحيا، إهدن - لبنان.

First printing machine at Kozhaya Monastery, Ehden – Lebanon.

"Printing in Lebanon can be traced back to 1585"

يعود تاريخ الطباعة في لبنان إلى العام 1585، حيث أنشئت أول مطبعة في دير مار أنطونيوس قزحياً في وادي قاديشا، وتبعتها مطبعة ثانية في العام 1610.

وكان كتاب المزامير الذي أصدرته مطبعة قزحياً أول عمل مطبعي في الشرق الأوسط، ثم وسّعت الطباعة آفاقها في لبنان وجميع أرجاء المنطقة، حتى بلغت أوجها في نهاية القرن التاسع عشر، إذ أصبحت بيروت عاصمة ثقافية وتجارية عالمية في المنطقة، وفي بداية القرن العشرين، شهد لبنان ازدهاراً كبيراً على صعيد الأدب والصحافة.

ومع حلول العام 1940، انتشرت عشرات الصحف، وأكثر من 100 مطبوعة دورية باللغات العربية والفرنسية والإنكليزية والأرمنية في بيروت.

كما استضاف لبنان أول معرض عربي للكتاب في العام 1956، وكانت بيروت في العام 1960 موطناً لأكثر من 250 مطبعة، وما يقارب 100 دار نشر، ووجد الكتاب من جميع أنحاء المنطقة ملجأ لهم في العاصمة اللبنانية، ناشدين الحرية في المجتمع الفكري اللبناني التقدمي المتحرر.



نسخة نادرة من كتاب المزامير، صادر عن مطبعة دير قزحيا في جبل لبنان عام 1610، وهو أول كتاب مطبوع في الشرق (نسخة محفوظة في المكتبة العامة لمدينة نورنبرغ في ألمانيا).

A copy of the "book of Psalms" printed with the first printing machine at Kozhaya Monastery Mount Lebanon, in 1610. Copy preserved at the Nuremberg public library, Germany.



آلة طباعة جوهنسنبرغ في دير المخلص خلال العام 1958.

Johannisberg letter press printing machine at "St. Sauveur" during 1958.

CHAPTER THREE



Nicolas El Kara



Youssef El Kara



Sami El Kara



Antoine Youssef El Kara



Ihsan El Kara



Najat El Kara

Foundation of a Dynasty

Youssef Kara & Fils

حَسْبِيرَةٌ تَتَنَاوَلُهَا الرَّؤُوسُ جَمِيعًا

يوسف قري وأولاده

At the end of the second world war, in the 1950s', and despite the political uncertainty and regional turmoil, Beirut established itself as a dominant hub of Arab publishing and printing. It was in this context that Youssef Kara & Fils was born in 1952, hoping to take advantage of the increasing adoption of modern printing presses and book distribution channels that were revolutionizing the industry.

Youssef El Kara used the little funds he had managed to put aside as a railroad employee to register the company with his eldest son, Nicolas. The rest of the family joined soon thereafter, with brothers Antoine and Sami coming on board in a 25 sqm rented office space in downtown Beirut's Azarieh Building. The company will forever change the lives of the 7 family members, as they journeyed together through severe economic and political crises, ultimately culminating in tragedy and war.

The company was born at a unique time in the history of the print industry. Indeed, just one year earlier, the inauguration of Drupa trade show took place in Germany. This fair attracted over 500 exhibitors and close to 200,000 visitors from all over the world in its first edition. Drupa clearly catered to a growing interest in printing products, and subsequently took place every 4 years, establishing itself as the leading trade show for main stakeholders in the printing industry worldwide.

Building on its initial success, Youssef Kara and Fils opened its first regional subsidiary in neighbouring Syria in 1960. Managed by Sami El Kara, this foothold in Damascus aimed to explore the Syrian market and grow its potential.

By 1965, the company had grown to 15 staff members, and had expanded into a full floor of the Azarieh Building.

During this period, Antoine Youssef El Kara began aggressively developing business in the Gulf market, diligently building personal relationships with customers in the region. His contagious passion and enthusiasm owed him the admiration of his clients, who still recall his diligence in installing, operating and servicing equipment. YKF's strength in service can be traced back to this period where it remained one of its key distinguishing characteristics.



First Johannisberg letterpress commissioned at Dar Al Sayad Lebanon.

بيروت، وسرعان ما غيّرت هذه الشركة حياة أفراد العائلة السبعة الذين دأبوا معاً على تطوير عمل الشركة ورفعها إلى مستويات أفضل على الرغم من الظروف الاقتصادية والسياسية الصعبة وخيبات الأمل التي رافقت الحرب.

أبصرت الشركة النور في مرحلة مهمة من تاريخ صناعة الطباعة. فقبل عام واحد من تأسيسها، افتتح معرض Drupa التجاري في ألمانيا في نسخته الأولى التي لاقت نجاحاً غير مسبوق، مستقطباً أكثر من خمسمائة عارض وما يقارب مئتي ألف زائر من كل أنحاء العالم. وقد عكس المعرض بوضوح اهتماماً متزايداً في منتجات الطباعة، فتجدد على أثر ذلك كل أربعة أعوام، وأصبح المعرض التجاري الرئيسيّ لللاعبين الأساسيين في صناعة الطباعة في العالم.

بعد النجاح الكبير الذي حصده في بلد المنشأ، افتتحت شركة يوسف قرى وأولاده عام 1960 أول فرع إقليمي لها في سوريا، في مدينة دمشق بإدارة سامي القرى. وكان استكشاف السوق السورية وتنمية إمكاناتها هما الهدفان من موطن القدم الجديد هذا. وبحلول العام 1965، كانت الشركة الأم قد توسّعت لتضمّ 15 موظفاً، وتشغل طابقاً كاملاً في بناية اللعازرية.

خلال هذه الفترة، شرع أنطوان يوسف القرى بتطوير العمل عبر الدخول في سوق الخليج، بانياً بجهوده علاقات مميزة مع العملاء في تلك المنطقة الذين لا يزالون يتذكرون شغف ذلك الشاب المقدم الذي كان يكدّ على تركيب المعدات والمكينات وصيانتها. وبفضل جهوده الحثيثة، تميّزت شركة يوسف قرى وأولاده بشكل لافت وبخلصة في مجال خدمة ما بعد البيع التي أصبحت إحدى العلامات الفارقة في مسيرتها المهنية. من

شهدت المنطقة في خمسينيات القرن الماضي، غداة الحرب العالمية الثانية فترة عدم استقرار سياسي واضطرابات إقليمية، ولكن على الرغم من ذلك، بقيت بيروت مركزاً إقليمياً للطباعة في العالم العربي، وفي العام 1952، تأسست شركة يوسف قرى وأولاده لرغبة المؤسسين في الاستفادة من الاعتماد المتزايد على المطابع الحديثة وشبكات توزيع الكتب والمطبوعات التي شهدت انتشاراً ملحوظاً في تلك الحقبة.

استخدم يوسف القرى القليل الذي كان قد ادخره من عمله كموظف في مصلحة السكك الحديدية لتسجيل الشركة مع ابنه البكر نقولا. وانضم إليهما بعد فترة وجيزة الأخوان أنطوان وسامي، وعملوا جميعهم في مكتب متواضع مستأجر تبلغ مساحته 25 متراً مربّعاً، ويقع في بناية اللعازرية في وسط



Youssef Kara & Fils offices in Azarieh Building.



صورة أخذت في بيروت في بداية الستينات. من اليسار إلى اليمين: السيد أنطوان يوسف القرى والسيد كيرت شتال واحد من مؤسسي شركة شتال وشركاه لصناعة اللات السيد سامي القرى والسيد يوسف القرى والسيد نقولا القرى وإحسان القرى.

From left to right: Picture taken in Beirut in the early 1960s of Antoine Youssef El Kara, Mr. Kurt Stahl one of the two founders of Stahl & Co. Maschinenfabrik, Sami El Kara, Youssef El Kara, Nicolas El Kara & Ihsan El Kara.

After signing a GSA agreement with Roland Offset for Lebanon in 1967, Nicolas El Kara secured a major achievement in the short history of the firm. With the pioneering introduction of offset printing in the region, YKF gained a reputation as a technological innovator and trendsetter in the industry.

Customers embraced the new technique as an advantageous alternative to letterpress, and YKF expanded its prepress, after-press and auxiliary equipment portfolios. That same year, YKF redefined its business model from sales agent to systems integrator.

During the Spring of that same year Drupa 1967 was held, marking “the threshold between the old and new worlds of print technology,” as defined by author Wallis Laurence.

Over the following years and decades, the industry would undergo radical transformations with the emergence of phototype-setting, and ultimately the integration of personal computers and prepress equipment.

Coinciding with this technological revolution, Lebanon’s regional role in the industry gained importance. As Beirut confirmed its status as a publishing and printing hub, YKF became one of its major suppliers.

Unfortunately, the lack of access to financing from local banks stifled growth in the industry. Nicolas El Kara persevered and led the company in meeting growing demand for printing: the following two decades saw the printing industry occupy the 5th rank in terms of contributions to the Lebanese national GDP.

As consequence of this development, the “Union of Owners of Printing Presses in Lebanon”, the first printing syndicate in the Arab World, was established and registered at the Ministry of National Economy and Social Affairs in Lebanon in September 1947.

سجل صيف العام ذاته حدثاً مهماً آخر. ففي أواخر ربيع 1967، أقيم معرض Drupa كاشفاً عن "قفزة نوعية بين عالمي تقنيات الطباعة، القديم والجديد"، وفق تعريف الكاتب Wallis Laurence. وعلى مرّ السنين والعقود التي تلت، شهد القطاع تحولاً جذرياً مع ظهور تقنية التصوير الضوئي، بالإضافة إلى أجهزة الكمبيوتر الشخصية وأجهزة تحضير ألواح الطباعة المعاصرة (Pre Press).

وبالتزامن مع هذه الثورة التكنولوجية، اكتسب لبنان دوراً ريادياً مهماً في هذه الصناعة على المستوى الإقليمي. وأثبتت بيروت أنّها القلب النابض لصنعتي النشر والطباعة، وأصبحت شركة يوسف قري وأولاده من اللاعبين الأساسيين في هذا المجال، غير أن عدم توافر التمويل المطلوب من المصارف المحلية حدّ من النمو السريع لهذا القطاع، لكن ذلك لم يردع نقولا القري من دفع الشركة قدماً لتلبية الطلب المتزايد على الطباعة.

عام 1947، تأسس إتحاد أصحاب المطابع في لبنان، وهو أول نقابة للطباعة في العالم العربي يتم تسجيلها قانونياً في وزارة الإقتصاد والشؤون الاجتماعية اللبنانية. خلال العقدَيْن التاليَيْن، أصبحت هذه الصناعة تحتل بفخر المرتبة الخامسة من حيث المساهمة في إجمالي الناتج المحلي اللبناني.

جهته، حقّق نقولا القري في ذلك الوقت، إنجازاً كبيراً في تاريخ الشركة القصير نسبياً، عندما وقّع اتفاقية هامة عام 1967 لاستيراد طابعات ذات تقنية أوفست Roland Offset إلى السوق اللبنانية.

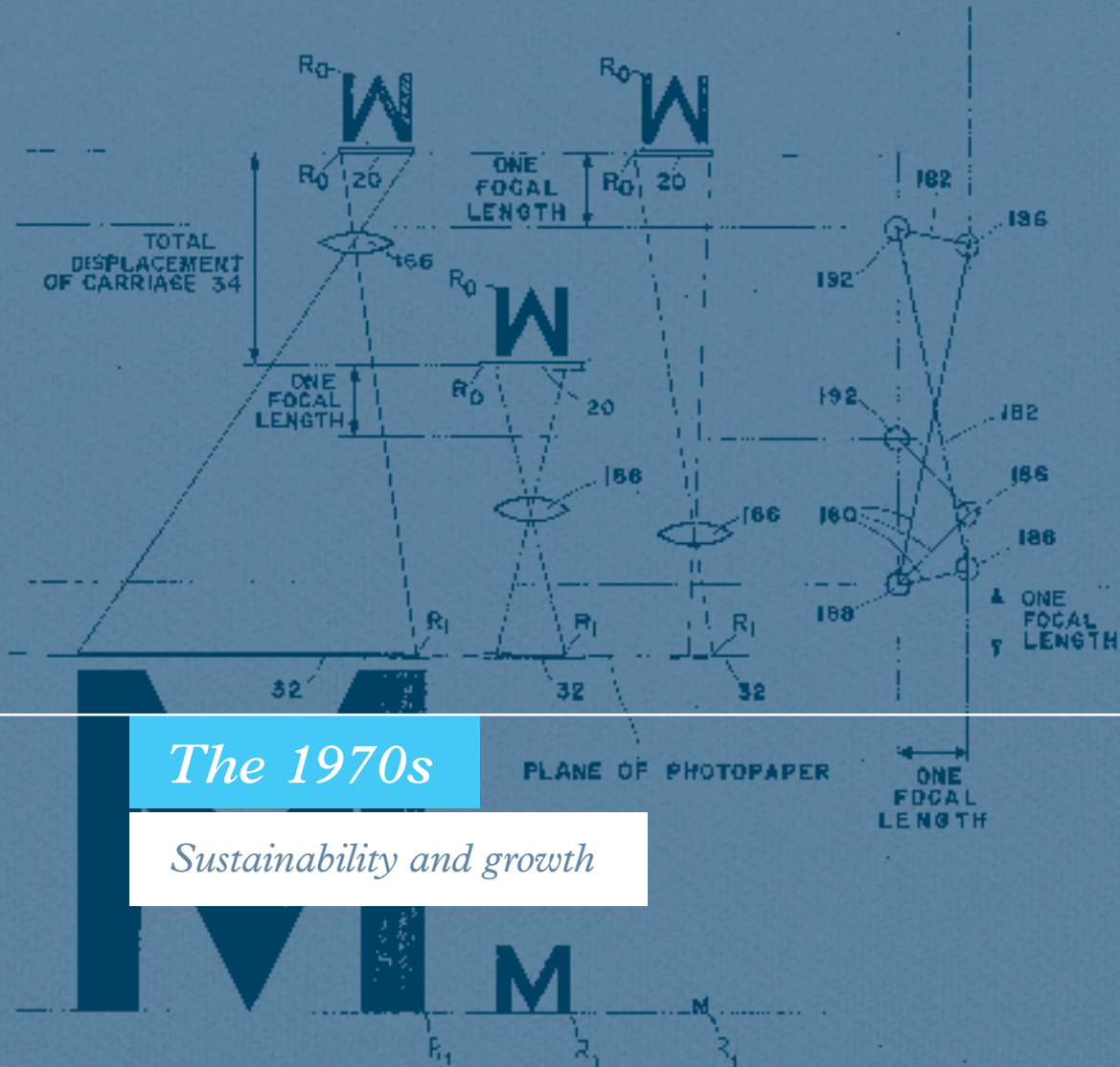
منذ ذلك الحين، راحت شركة يوسف قري وأولاده تكتسب شهرة كبيرة كمستورد للتقنيات الحديثة، وتحوّلت إلى علامة فارقة في صناعة الطباعة. وبعد التعرّف على تقنية الطباعة الجديدة بطريقة الأوفست، وجد العملاء فيها بديلاً ممتازاً لتقنية الطباعة الحرفية Letterpress. وتطوّرت الشركة بعد توسيع عملها في بيع أجهزة تحضير ألواح الطباعة (Pre Press) وأجهزة التجليد والقص والطي ومستلزمات ما بعد الطبع (After Press) والمعدات المطبعية المساعدة وصيانتها. وفي العام نفسه، طوّرت الشركة طبيعة عملها من وكيل معتمد لبيع المعدات إلى مورد لأنظمة متكاملة تتناول مختلف مكونات أقسام الإنتاج في دور الطباعة.



لقطة من معرض Drupa عام 1972 ويظهر بالصورة نقولا وإحسان القري.

Picture of Ihsan El Kara & Nicolas El Kara taken at the main entrance of the Drupa exhibition center in 1972.

CHAPTER FOUR



The 1970s

Sustainability and growth

السبعينات

سنوات النجاح المتنامي
والمستقبل الواعد

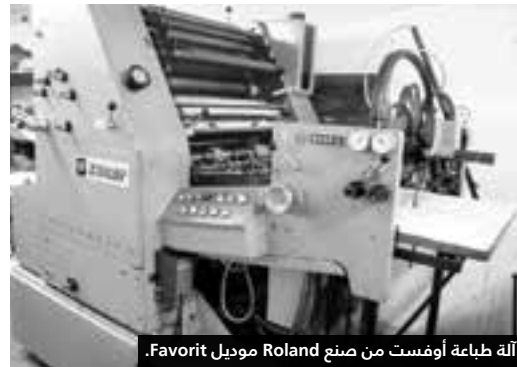
After many years groomed under the guidance of Nicolas and Antoine Youssef El Kara, Ihsan El Kara became partner in the firm in 1971. One of his first achievements in his new role was the signature of a cooperation agreement with Linotype & Machinery, and Linotype Paul, a type foundry company which developed first a revolutionary phototypesetting machine from Linotype, capable of setting 24,000 characters per hour, and then an innovative cathode ray typesetter, the Linotron 505.

Linotype which dominated the print industry throughout the twentieth century, became the first company to introduce Arabic fonts. Their design and manufacturing was of such quality that major parts required no replacement for many years. Print technology gradually moved to phototypesetting, a process involving the projection of characters onto films. With the first electronic photocomposition system featuring digital storage, a new era of typesetting technology dawned.

In 1971, YKF staged their first major publicity campaigns: a live demonstration of the Roland - Favorit 0B printing machine in the lobby of the former Carlton Hotel in Beirut. This bold move created excitement around the YKF's brand name, attracting the attention of clients and competitors alike. This four-day event cemented YKF's standing as industry leader.

Later in the year, YKF confirmed its first major order of 5 multicolour offset presses, charting a course in lead time reduction from 10 months at the time to 4 months. Given the company's limited funds at the time, this risky decision epitomizes the bold ambition and drive that are hallmarks of the YKFs' spirit.

As technical complexity and sophistication grew with the introduction of electronic controllers and computers to the printing process, a team of technical engineers was established in 1972, overseeing the installation and maintenance of a growing number of phototypesetting devices as well as a variety of printing & paper converting machines. Strong sales earned the Hot Metal typesetter a favourable market position, while the superb Roland - Favorit offset printing machine was the talk of the town.



The Roland Favorit sheetfed offset press.

لاحقاً في العام ذاته، قامت الشركة بتثبيت أول وأكبر طلبية شراء لخمسة ماكينات طباعة أوفست متعددة الألوان، وكان الهدف منها تقليص مدد التسليم التي كانت تتعدى عشرة أشهر في ذلك الحين، إلى أربعة أشهر فقط لتلبية حاجة السوق. وهذه الجراءة في اتخاذ القرارات، على الرغم من القدرة المالية المحدودة للشركة، إنما تعكس اندفاع شركة يوسف قرى وأولاده وطموحها اللامتناهي. وفيما نمت التقنيات وتطوّرت مع إدخال أنظمة التحكم الإلكتروني وأجهزة الكمبيوتر في مسار عملية الطباعة، استوجب ذلك توظيف مهندسين ملمين في هذا المجال. ففي العام 1972، تم تأليف الفريق الفني لشركة يوسف قرى وأولاده لتلبية احتياجات التركيب والصيانة نظراً للعدد المتزايد لماكينات الطباعة التصويرية، وكذلك لتنوّع آلات المطبعة وملحقاتها. احتلت مبيعات ماكينات صف الأحرف المصنوعة من معدن الرصاص مكانة ملحوظة في السوق، كذلك آلة الطباعة الأوفست Roland Favorit الرائعة التي كانت حديث البلد وقتها.



المهندس جاك يغيجيان، أول مدير صيانة في شركة يوسف قرى وأولاده.

Eng. Jack Yaghjian, first Youssef Kara & Fils appointed Service Manager.

أصبح إحسان القرى شريكاً فاعلاً في الشركة منذ العام 1971 بعد أن أمضى أعواماً عديدة مثابراً في الشركة بتوجيهات نبيهة من أخويه نقولا وأنطوان يوسف القرى. وكان أول إنجازاته بعد استلام مهامه الجديدة إبرام اتفاقية تعاون مع شركة Linotype & Machinery و Linotype Paul وهي شركة متخصصة قامت أولاً بتطوير نظام ثوريّ لصفّ الحروف باستخدام انعكاس الضوء، يستطيع صفها بسرعة تصل إلى 24000 حرف في الساعة، وثمّ طوّرت نظام صفّ الحروف باستخدام الأشعة الكاثودية الذي عرف باسم (Linotron 505).

هيمنت شركة لينوتايب Linotype على أنظمة صفّ الحروف معظم القرن العشرين، وكانت أول شركة تدخل الحرف العربي إلى أنظمتها، وذلك بفضل التزامها بأفضل مواصفات التصميم والتصنيع وأجودها، بحيث أن غالبية قطعها الأساسية لم تكن بحاجة لتبديل لسنوات عدّة. وهكذا انتقلت تقنية الطباعة تدريجياً إلى أنظمة التنضيد الضوئي الذي يقوم على مبدأ عكس الأحرف على فيلم. ومع انطلاقة تقنية التنضيد الإلكتروني الذي يتمتّع أيضاً بخاصية التخزين الرقمي، بزغ فجر حقبة جديدة في تقنية صفّ الأحرف التي نعرفها اليوم.

في العام 1971، لمعت شركة يوسف قرى وأولاده من جديد عندما قدّمت أول إنجازاتها في عالم الإعلان المتخصص في الطباعة في لبنان والعالم العربي خلال عرض حي لآلة طباعة Roland Favorit 0B في بهو فندق الكارلتون في بيروت. أثارت هذه الخطوة الجريئة الفضول وحشدت الاهتمام بالشركة لاسيما على مستوى العملاء والشركات المنافسة. استمر هذا الحدث أربعة أيام متتالية، وعزّز مكانة الشركة كرائدة في عالم الطباعة الحديثة.

YKF worked closely with Linotype in developing the very first Arabic phototypesetting software. The “505” a model running Arabic font was installed in Beirut’s “Dar Al Kalam” that same year.

With technology evolving at a dizzying pace, constantly transforming the printing and paper converting industries, YKF realized that there was a clear and unmet need for specialized, higher education programs in print. It took years to meet this need.

When Antoine Youssef El Kara and his mother tragically perished in a car accident, in 1973, clients, vendors and competitors began to speculate on the imminent demise of YKF.

Nevertheless, the company’s resolute determination and the family’s firm commitment to the industry helped YKF overcome one of the darkest chapters in its history. During this period, Ihsan El Kara continued expanding YKF’s reach in the region, laying the groundwork for the company’s future success throughout Saudi Arabia and the Gulf area.

Brighter times were in store for YKF as 1974 dawned. During an event held at Beirut’s Phoenicia Intercontinental hotel, customers from across the Levant and Gulf gathered for a demonstration of the first analogue toner-based colour proofing system, manufactured by DuPont under the name Cromalin.



First edition of the "Al Itihad" Newspaper.

During the same year, YKF won the order for a Linotype pacer web offset newspaper press. In a daring unprecedented move, the machine weighting several tones, was air-freighted to ensure it's timely delivery to print the issue of "Al Itihad" newspaper on the UAE National Day.



لقطة من حفل إطلاق جهاز كرومالين Cromalin من صنع شركة DuPont في فندق فينيسيا - بيروت عام 1974.

Introduction of the Cromalin analogue proofing devise made by DuPont at the Phoenicia Hotel in Beirut, in 1974.

وفي العام نفسه، كان لشركة يوسف قري وأولاده حظاً وفيراً حين فازت بعقد توريد وتركيب ماكينة لينوتايب باسر ويب أوفسيت لطباعة الصحف وتم شحنها جواً على الرغم من وزنها الذي بلغ أطناناً لتسليمها في الوقت المحدد من أجل إصدار جريدة الاتحاد بمناسبة العيد الوطني الإماراتي.

عملت شركة يوسف قري وأولاده مع Linotype بشكل جدّي ووثيق على تطوير أوّل برنامج للتتضيد الضوئي باللغة العربية، إذ تمّ تركيب وتشغيل آلة "505" التي بيعت لدار القلم في بيروت في العام نفسه.

ومع تقدّم التكنولوجيا بخطى سريعة، مغيرة معها صناعة الورق والطباعة، أدركت شركة يوسف قري وأولاده الحاجة الملحة إلى برامج متخصصة للتعليم العالي في الطباعة. ولكن هذه الحاجة لم تتحقق قبل مرور سنوات عديدة.

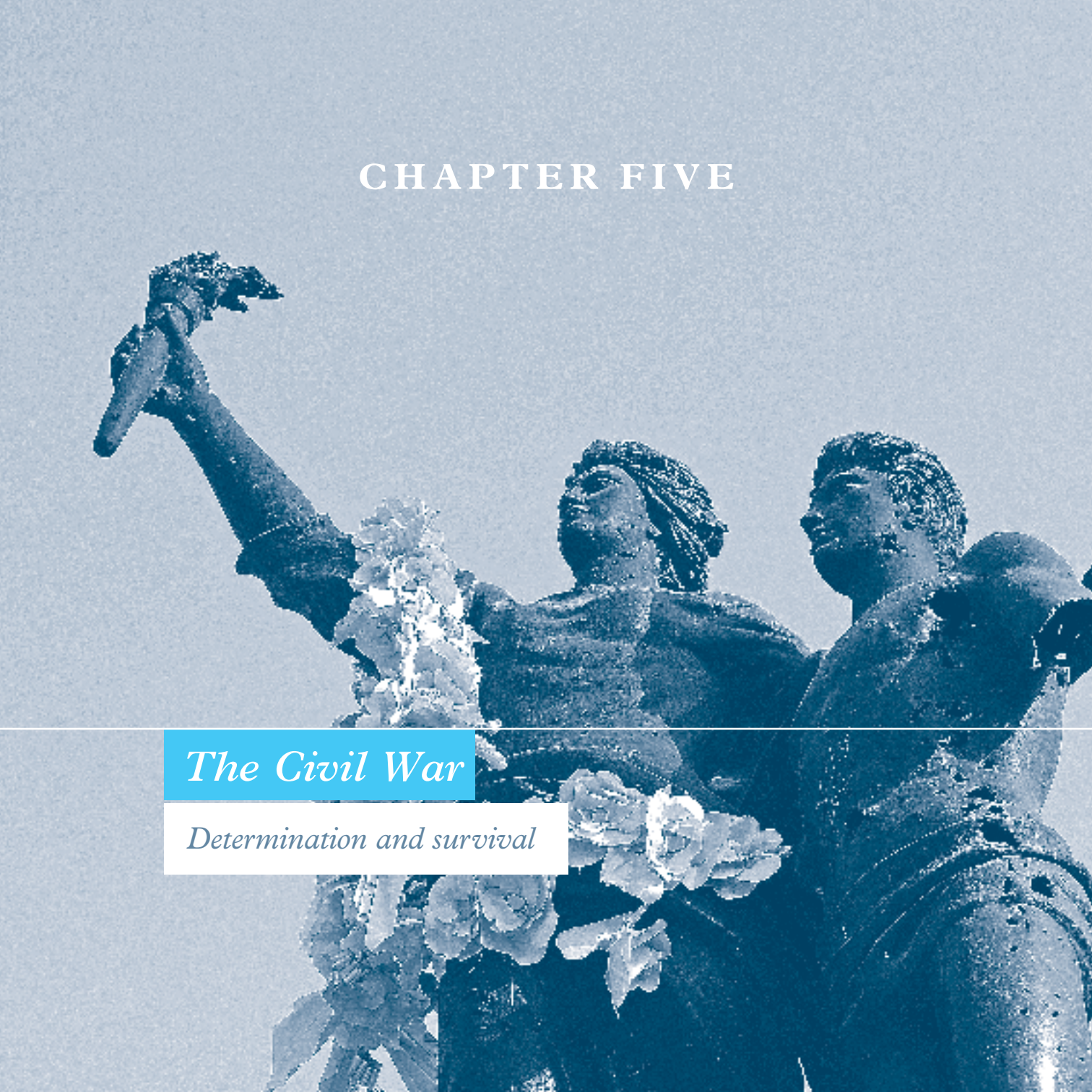
في العام 1973، تعرّض أنطوان يوسف القري ووالدته جوليا القري لحادث سير مميت، وأثارت هذه الحادثة المؤسسة الكثير من الشائعات بين العملاء والموردين والمنافسين الذين اعتقدوا بقرب انهيار الشركة، ولكنها ما لبثت أن تلاشت بعد إصرار القيمين عليها على تجاوز هذا الحادث الأليم. وقد ساعد شغف العائلة القويّ بهذه الصناعة وحماسك أفرادها على التغلب على أحد أحلك الفصول في تاريخها وأصعبها. خلال هذه الفترة، واصل إحسان القري توسيع عمل الشركة في المنطقة، ممهّداً الطريق لنجاحها المستقبليّ في المملكة العربيّة السعوديّة والخليج.

سطعت أضواء نجاح الشركة بحلول العام 1974، حيث أطلقت نظام "Cromalin" من صنع شركة DuPont في حفلٍ مهيب أقيم في فندق فينيسيا انتركونتيننتال بيروت بحضور حشد واسع من العملاء من جميع أنحاء المشرق العربي ودول الخليج، وهذا النظام عبارة عن بروفات طباعة ملوّنة قائم على مبدأ نقل تنابعي للألوان الأربعة على شكل بودرة تحمل الألوان نفسها.

CHAPTER FIVE

The Civil War

Determination and survival



الحرب العلية

عزم واستمرار في العطاء

With the tragic outbreak of the Lebanese civil war central Beirut, Azarieh Building, was hit by incendiary rockets, dealing a devastating blow to a company still mourning the loss of one of its founders. The blast tore through the offices and storage space, resulting in inestimable damages. Nicolas El Kara was the first to arrive on the scene. The flames reduced the offices to ashes, destroying furniture, financial files, cash, promissory notes and all the vital customer records.

“It is hard to describe the level of emotional stress, the feeling of helplessness in the face of devastation at that moment. We were simply speechless.” The only eloquent words said after a long period of mournful silence were those of Nicolas El Kara: “we built this establishment, we will build it again”.



صورة حريق مكاتب "يوسف قري واولاده" المتواجدة في بناية اللعازرية بعد استهدافها بصاروخ عام 1975.

The staff was immediately assigned to collect payable accounts and reconfirm promissory notes; visits to vendors were programmed to reassure them of YKF's commitments. The goal was to resume immediately the company's business activities. The near-complete destruction pushed YKF to the very brink, yet Nicolas and Ihsan El Kara saw the silver lining on the clouds. Seizing the opportunity provided by tragedy, they rebuilt the firm from the rubble. Like the phoenix rising from its ashes, YKF would be reborn and emboldened, maintaining its leadership and dominance in the Middle Eastern printing industry.

In an attempt to mitigate future risks, YKF sought to relocate its office to Tabaris Square, in another area of downtown Beirut. A nearby warehouse was leased for storage. Sadly, Tabaris would soon come to form part of the "Green Line" separating the conflicting areas of Beirut. YKF continued serving customers on both sides of the Green Line, with employees routinely risking their lives in the course of business.

A testament to the spirit of the firm and the family, YKF held year-end event year after year, in the face of the surrounding devastation and conflict of the civil war's early days.

"We built this establishment, we will build it again"

– Nicolas El Kara

طلب المالكون من جميع الموظفين المباشرة بإعادة تكوين لوائح الحسابات المدنية والدائنة وقاموا بزيارات متكررة إلى العملاء والموردين والمصانع للتأكيد على التزام شركة يوسف قري وأولاده بتعهداتها وعلى استمرارها على الرغم من كل الصعاب. وكان الهدف أن تستأنف الشركة نشاطها فوراً، فالدمار شبه الكامل الذي لحق بالمكاتب دفع بها إلى حافة الهاوية. غير أن نقولا وإحسان القرى وجدا بصيص أمل فاعتنما الفرصة التي خلّفتها المساءة، وأعادوا بناء الشركة من تحت الأنقاض. كطائر الفينيق المنبعث من الرماد، انتفضت شركة يوسف قري وأولاده وحلّقت من جديد محتفظة بدورها القيادي لنقل التكنولوجيا المتطورة في صناعة الطباعة إلى منطقة الشرق الأوسط.

للتخفيف من أيّ مخاطر مستقبلية، استحدثت الشركة مكاتب ومستودعات جديدة في منطقة التباريس المتاخمة لوسط بيروت. لكن هذه المنطقة أمست في وقت قصير جزءاً من "خطوط التماس" التي كانت تقسّم بيروت إلى منطقتين متنازعتين. وعلى الرغم من هذا الوضع المستجد، واصلت شركة يوسف قري وأولاده خدمة عملائها على جانبي خطوط التماس، بفضل فريق عمل متفانٍ يخاطر بحياته يومياً في سبيل أداء واجب العمل.

وانسجماً مع مبادئ الشركة والعائلة، أقيمت احتفالات نهاية السنة عامّاً بعد عام، بالرغم من الخراب الذي يعصف بالبلد والصراع العنيف الذي خلّفته الحرب الأهلية.

مع اندلاع الحرب الأهلية اللبنانية المأساوية في العام 1975، أصيب مقرّ شركة يوسف قري وأولاده في وسط بيروت، مبنى العازرية بقذائف حارقة. شكّلت هذه الواقعة ضربة قاسية للشركة، ففي الوقت الذي كانت فيه العائلة لا تزال تلبس ثوب الحداد على فقدان أحد مؤسسيها، قضت الانفجارات على كامل المكاتب والمخازن مخلفة وراءها أضراراً جسيمة مادية ومعنوية لا تقدّر بثمن. كان نقولا وأول الواصلين إلى مقر الشركة، فوجد أسنة اللهب تلتهم المكان محولة المكاتب بكل ما فيها من أثاث وملفات مالية وسجلات العملاء إلى رماد.

"من الصعب وصف الشعور العارم بالإرهاق والعجز أمام الدمار الهائل الذي أصابنا في تلك اللحظة. كنّا ببساطة عاجزين عن الكلام." تلك كانت الكلمات الوحيدة التي تفوّه بها نقولا القرى بعد فترة طويلة من الصمت الحزين "لقد بنينا هذه المؤسسة من قبل، وسنعيد بناءها من جديد".



صورة مكاتب "يوسف قري وأولاده" بعد انتقالها إلى ساحة تباريس على الخط الأخضر الفاصل بين بيروت الغربية والشرقية في خلال حرب 1975.

These festive gatherings were unique occasions for Ihsan and Nicolas El Kara to demonstrate their leadership and reassert their commitment to the company's vision and mandate, and reaffirm the importance of cohesion and dedication throughout the workforce.

Taking no notice of the sad events unfolding in Lebanon, YKF introduced the Cyrel Flexo Plates and reproduction equipment for flexible packaging and corrugated printing in 1976. That same year the DuPont Cromalin proofing system was also introduced in Riyadh, allowing packaging customers in Saudi Arabia to be on a par with their European peers.

YKF further expanded its reach in the Gulf during 1976, with Ihsan El Kara establishing Trans Orient Modern Machinery (TOMM) in Saudi Arabia as the first subsidiary officially registered outside the Levant region. That year also saw the company deliver one Manroland Rotoman five colours commercial web offset press to National Offset Printing Press in Riyadh for the printing of school books. Expanding rapidly, the Saudi office would count 7 employees by the end of its first year of operation.

International expansion continued in 1977, with YKF Dubai being established in the United Arab Emirates, staffed by 5 employees covering the neighbouring territories of Qatar, Bahrain, Yemen and Oman.



في العام 1976، تم عرض ألواح DuPont Cyrel flexo لأول مرة في الرياض تحت خيمة من شركة DuPont لأول مرة في الرياض تحت خيمة.

In 1976, first introduction of the DuPont Cyrel flexo plate made by DuPont in Riyadh.

One of the most notable achievements of that year was the sale of a large number of prepress equipment to Dareyah Village, a Saudi Arabian Printing Company. A Rotoman Web Offset Press, four sheetfed offset presses and a hard cover book binding line, together with case making, hot foil embossing and a complete magazine soft cover line were all delivered to a client in the KSA.



صورة أخذت في العام 1976 لإحسان القرى مع الأخوين الصانع بمكان تركيب أول ماكينة ويب أوفست تجاري Rotoman في المطبعة الأهلية في المملكة العربية السعودية.

Picture taken in 1976 of Ihsan El Kara with the Sane' brothers prior to the commissioning of the first Rotoman commercial heatset web offset press to Al Ahliyah Printing Press in the Kingdom of Saudi Arabia.

وشهد ذلك العام أيضًا تسليم الشركة مكينة Manroland Rotoman التجارية بتقنية طباعة ويب أوفست بخمسة ألوان إلى المطبعة الأهلية للأوفست في مدينة الرياض المتخصصة في طباعة الكتب المدرسية والمطبوعات الأخرى بكميات كبيرة. ومع التوسع السريع الذي شهده فرع الرياض، أصبح هذا المكتب يضم سبعة موظفين بحلول نهاية عامه الأول.

حافظت الشركة على وتيرة توسعها في العام 1977، فأسست شركة يوسف قري وأولاده / دبي التي ضمت خمسة موظفين لتغطية الأسواق المجاورة للمملكة العربية السعودية ونعني بها قطر، البحرين، اليمن وعمان.

كان أحد أبرز إنجازات ذلك العام بيع مجموعة كبيرة من معدات الطباعة إلى شركة طباعة سعودية. منها ماكينة وب أوفست Manroland Rotoman وخطوط تغليف الكتب ذات الغلاف الصلب والتجليد الفاخر.



إحسان القرى في عرض لآلة ألواح Cyrel flexo.

Ihsan El Kara demonstrates the exposure of a Cyrel flexo plate.

شكلت هذه التجمعات الاحتفالية مناسبة فريدة لإحسان ونقولا القرى لتأكيد العزم والتزام التوجه الذي رسماه للشركة، والتشديد على أهمية التماسك بين أفراد فريق العمل والتفاني في أداء الواجبات المهنية.

على الرغم من الأحداث المحزنة التي كانت تجري في لبنان، تابعت الشركة نشاطها، فاستقدمت في العام 1976 آلة DuPont التي تستعمل لطباعة لفائف الفيلم المخصصة للطباعة على مواد تغليف الأغذية المصنوعة من الكرتون المضلع. وفي العام ذاته، تم عرض نظام البروفات الملونة DuPont Cromalin في الرياض، إفساحًا في المجال لعملائها في المملكة العربية السعودية للتعرف إلى التكنولوجيا التي يعتمدونها نظراؤهم الأوروبيون.

وسّعت شركة يوسف قري وأولاده رقعة انتشارها في الخليج خلال العام 1976، إذ قام إحسان القرى بتأسيس شركة جديدة تحت اسم "عبر الشرق للآلات الحديثة" (TOMM) في المملكة العربية السعودية، وكانت أول شركة مسجلة رسميًا خارج لبنان.



مبنى مكاتب عبر الشرق للآلات الحديثة (TOMM) في الرياض.

Trans Orient Modern Machinery (TOMM) offices in Riyadh.

Alghanim & Kara was the last office established in the Gulf in 1981, in partnership with Mr. Dirar Youssef Ahmad Alghanim, and employed 4 persons.

YKF had already been participating as an exhibitor at major international trade fairs for a quarter of a century by 1982. These included TPG in Paris; IPEX in Birmingham and Interpack in Düsseldorf. Yet no trade show came close to Drupa in terms of prominence and size. Drupa 1982 was no exception, and, despite the backdrop of a conflict tearing its home country apart, at its booth YKF welcomed all visitors from the region alongside its partners. Every four years, Drupa gathered the cream of the crop of the print industry for 10 days, with deals being struck between representatives from across the world. YKF's presence was crucial for its growth and expansion.

Seeking greater proximity to suppliers, and realizing that the conflict in Lebanon was showing no sign of waning, Ihsan El Kara registered an office in Frankfurt in 1978. While Nicolas El Kara managed operations in Jordan, Syria and Lebanon, Ihsan El Kara invested considerable time traveling throughout the Gulf region, establishing and running an independent sales network in Kuwait City, Riyadh and Dubai, reporting to the German office and coordinating daily business activities.

Trans Orient Modern Machinery, Riyadh claimed a remarkable achievement in 1982-83 with the completion of the Holy Quran Printing Project for the King Fahad Quran Printing Complex in Medina, Saudi Arabia, in cooperation with Saudi Oger the leadcontractor.



مجموعة منتدبة عن شركة يوسف قري وأولاده في معرض Drupa 1982.
Youssef Kara & Fils, Drupa 1982 staff picture.



السيد نقولا القري و الشيخ عويضة يستمعان إلى شرح عن منشور معرض Drupa 82 مطبوع على آلة ويب أوفست Lithoman.
Nicolas El Kara and Sheikh Awaida holding a printed copy of the Drupa 82 Newsletter printed on the Lithoman webfed press.



الحريق الثاني الذي طال مستودعات شركة يوسف قري وأولاده في المكلس، لبنان عام 1989.

Mkalles YKF Beirut warehouse following the ravaging fire in 1989.

حققت شركة عبر الشرق للآلات الحديثة / الرياض إنجازاً رائعاً بين العامين 1982 و1983، إذ ساهمت بتنفيذ مشروع مركز طباعة القرآن الكريم لصالح مجمّع الملك فهد لطباعة القرآن في المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية بالتعاون مع شركة سعودي أوجيه كمقاول رئيسي.

تمّ تركيب اثني وثلاثين وحدة طباعية Manroland أوفست ذات مقاس كبير وستة وحدات طباعة أوفست من الحجم الوسط، إلى جانب ماكينات Kolbus للتجليد الفني للغلاف

وبفضل الشراكة مع السيد ضرار يوسف أحمد الغانم، تأسست شركة الغانم والقرى في الكويت، وكانت آخر مكتب يتمّ افتتاحه في منطقة الخليج عام 1981 وضمّ أربعة موظفين.

حافظت شركة يوسف القرى وأولاده على حضورها في المعارض التجارية العالمية لربع قرن بحلول العام 1982، معرض TPG في باريس، وأبرزها معرض IPEX في برمنغهام والـ Interpack في دوسلدورف. لكنّ لم يستطع أيّ من هذه المعارض التجارية حتى الآن أن يضاوي معرض Drupa من حيث الأهمية والحجم. وقد دأبت شركة يوسف قري وأولاده، وعلى الرغم من الصراع الأليم الذي كان يمزّق الوطن، على المشاركة في هذا المعرض العريق، سيّما معرض العام 1982، مرجّبة وشركاءها بالزوّار من كلّ أنحاء المنطقة. وتقام فعاليات هذا المعرض بصورة دورية كل أربع سنوات لمدة عشرة أيام وهو ملتقى لرؤاد صناعة الطباعة، يتمّ خلاله عقد الصفقات بين ممثلي الشركات والمصانع أو الموردين من مختلف أنحاء العالم. لذا كان حضور الشركة ضرورياً وعاملاً مهماً في نموّها وتوسّعها.

افتتح إحسان القرى مكتباً للشركة في فرانكفورت كي يجاور الموردين، بعد أن أدرك أنّ الصراع في لبنان لن ينتهي قريباً. وبينما كان نقولا القرى يدير الأعمال في الأردن، سوريا ولبنان، كان إحسان القرى يستثمر الكثير من وقته بالتنقّل بين دول الخليج، فأنشأ شبكة مبيعات مستقلة في كل من الكويت والرياض ودبي وأدارها بالكامل وحرص على تقديم التقارير إلى مكتب ألمانيا وعلى تنسيق الأنشطة التجارية اليومية.



حفل افتتاح أول معرض للطباعة والتغليف في دبي
عام 1985 مع وزير الإعلام في الإمارات العربية المتحدة
الشيخ حشر المكتوم على منصة يوسف قري وأولاده.

Opening ceremony of the first printing & packaging exhibition, in Dubai, 1985 with the Minister of Information of the United Arab Emirates Sheikh Hasher Al Maktoum on the YKF's stand.

A total of 32 Manroland printing units for large offset presses, 6 medium offset printing units, along with Kolbus hardcover binding lines and additional auxiliary finishing equipment were installed. This was a first for YKF, delivering a turn-key solution to its clients in an unprecedented scale project.

The Middle East's first regional printing exhibition was organized in 1985 in Dubai and YKF, through its participation, reiterated its position as key player in the industry throughout the Arab world. In the face of tremendous adversity, YKF maintained a strong image and strengthened its reputation as a dynamic innovator in print.

Moving past the setbacks of destroyed assets and heavy losses, YKF set out to become a focal point for expertise in technical printing. It rapidly became apparent that achieving this goal would require the establishment of a training center to help customers acquire



لقطة من أول معرض للطباعة والتغليف في الخليج
الذي أقيم في مركز دبي التجاري عام 1985.

First Printing & Packaging exhibition in the Gulf held at the Dubai trade center in 1985.

the crucial experience they lacked. This lofty goal would remain a distant dream until the turn of the century, when the first of its kind training center opened its doors in Dubai: the Manroland Technology Transfer Center.



فريق عمل يوسف قري وأولاده مجموع في Drupa في العام 1990.

YKF staff united under the Drupa banner in 1990.

In Lebanon, Beirut suffered unrelenting shelling throughout the year. Trading in paper had proven to be a successful commercial venture, but it faced an insurmountable setback due to the conflict, as a blaze from a nearby military depot engulfed the Mkalles warehouse,

بين العامين 1985 و1990، افتتحت شركة عبر الشرق للآلات الحديثة مكاتب فرعية لها في كل من مدينتي جدة والدّمام في المملكة العربية السعودية، فعزّزت بالتالي مكانتها في السوق السعودية ووسّعت قاعدة عملائها لتشمل معهد الدفاع الجوي، ومركز جدة للطباعة، وشركة نصر باك، ومصانع البنوي للتغليف، والمواد للطباعة والتغليف، والمتحد لصناعة الكرتون، وكذلك شركة العبيكان للطباعة والتغليف في مدينة الرياض وغيرها.

كانت قاعدة العملاء المتنامية عاملاً مهماً ساعد شركة يوسف قري وأولاده على المضي قدماً لحصد مزيد من النجاحات. لكن حجر الأساس الذي بنيت عليه مكانة الشركة فعلاً كان تقديم العروض التجارية لتنفيذ المشاريع الضخمة. فقد فازت شركة الغانم والقرى في الكويت بمنافسة لوزارة الإعلام الكويتية

الفاخر والعديد من المعطّات الأخرى اللازمة لإتمام عملية الطباعة والتغليف. وكان هذا الإنجاز سابقة في تاريخ الشركة، التي قدمت لعملائها أفضل الحلول في مشروع ضخّم وفريد من نوعه بهذا الحجم.

أقيم أول معرض إقليمي لتكنولوجيا الطباعة في منطقة الشرق الأوسط في العام 1985 في مدينة دبي. وعزّزت شركة يوسف قري وأولاده مجدداً موقعها القيادي من خلال مشاركتها الفاعلة فيه، كونها لاعباً أساسياً في صناعة الطباعة في أنحاء العالم العربي. وفي وجه الصعوبات، حافظت الشركة على موقعها القويّ وعزّزت سمعتها كمبدعة في عالم الطباعة.

إلى ذلك، سعت الشركة لتصبح المرجع في الخبرة في الطباعة التقنيّة، متجاوزةً بذلك العقبات والخسائر التي تكبّدتّها. وسرعان ما تبين أنّ تحقيق ذلك سيتطلّب إنشاء مركز تدريبيّ لتزويد العملاء بالخبرة الضرورية التي تنقصهم. إلّا أنّ هذا الهدف لن يتحقق لها إلّا في نهاية القرن عند افتتاحها في دبي: مركز Manroland لنقل التكنولوجيا.

أمّا في لبنان، فقد عانت بيروت في ذلك العام من قصف عنيف. وعلى الرغم من ذلك، خاضت الشركة غمار تجارة الورق التي أثبتت أنها مشروع تجاري ناجح لكنها سرعان ما واجهت نسخة جديدة لم تكن بالحسبان بسبب نشوب حريق في مستودعها في المكلّس امتدّ إلى كامل محتوياته مسبباً أضراراً جسيمة بملايين الدولارات. وضع هذا الحادث حداً لمشروع تجارة الورق الواعدة، إذ أن الحرب أثبتت عزيمّة الشركة وطموحها في الاستثمار مجدداً في هذا القطاع.



Published article on the Holy Quran project in Saudi Arabia in 1983.

causing damages worth millions of dollars. The promising paper business never resumed as the war decimated YKF's ambitious move into the paper industry.

Between 1985 and 1990, Trans Orient Modern Machinery established branch offices in both Jeddah and Dammam, expanding its footprint in Saudi Arabia. The company was thus able to bolster its position in the Saudi market, attracting new customers such as the Air Defense Institute, Jeddah Graphic Center, Nasr Packaging, Banawi Packaging, Al Jawad Printing & Packaging, United Carton Industries, and Obeikan Printing & Packaging in Riyadh; and others as well.

YKF's growing customer base was important in helping the company thrive, but it was key tenders on an entirely different scale, which made history. One milestone was a bid for the Ministry of Information in Kuwait, which included a Manroland Lithoman Commercial Web offset press, four sheetfed offset presses and two Kolbus perfect binding lines. Winning such bids confirmed YKF as an unrivalled graphic arts reseller in the Middle East. Unfortunately, the installation of equipment delivered in 1986 to the Ministry of Information in Kuwait was never completed due to the Gulf War in 1988.

With the exceptional growth of book, magazine and commercial printing, packaging veritably exploded, doubling annually and fuelling demand for die-cutters, folder-glueers, gold foil

embossing & die-making equipment. YKF's strategic partnership with Bobst of Switzerland, leaders in the manufacturing of die-cutting and folder-gluing equipment, allowed the firm to capitalize on the surge in demand for this specialized equipment.

The acquisition of Martin and Peters Maschinenfabrik allowed Bobst to strengthen its capabilities in the field of corrugated boards and flexo folder glueers, positioning it to reap the benefits of the rapid expansion in consumer packaging demand in growing markets such as Saudi Arabia and Lebanon.

Indeed, Saudi Arabia witnessed a growing demand not only in duplex boards but also corrugated packaging. YKF, partnered with Bobst/Peters Maschinenfabrik, was able to offer high-quality equipment made in France and Germany for the manufacturing of corrugated board and flexo folder glueers, thus delivering industry-leading results to its clients.

In 1996, YKF's main rival in sheetfed and webfed offset presses, Heidelberger Druckmaschinen AG, had acquired Linotype Hell AG. The loss of Linotype was a blow to YKF, who had invested years in promoting and selling these products throughout the Middle East. This loss created a gap in YKF's portfolio, which was only filled in 1999 through the signed agency agreement with Fujifilm. YKF nevertheless became the official distributor for Crossfield prepress

تضمّنت آلة أوفست لطبع اللقائف الورقية Manroland Lithoman، وأربع ماكينات طباعة أوفست أطباق ومجموعة ماكينات للتجليد Kolbus وكذلك جهازاً لفرز الألوان وإعادة تصميم الصور ماركة Dr. Hell Scanner Cromacom System. ويؤكد رسو المناقصة أن شركة يوسف قري وأولاده معتبرة مرجحاً موثوقاً ووكيلاً معتمداً للآلات والمعدات الطباعة من دون منازع في منطقة الشرق الأوسط. ولكن للأسف، لم تكتمل عملية تركيب المعدات التي تمّ تسليمها في العام 1986 لوزارة الإعلام في الكويت بسبب حرب الخليج عام 1990.

مع النمو الاستثنائي الذي شهدته المنطقة في مجال طباعة الكتب والمجلات والطباعة التجارية والارتفاع الملحوظ في الصادرات خارج المنطقة التي استلزمت تنشيط الصناعات المحلية الاستهلاكية منها والغذائية والصناعية، تخطى قطاع التغليف كلّ التوقعات إذ تضاعف نشاطه سنوياً، ما ولّد طلباً على آلات التقطيع ولصق الكرتون والمجلّدات وتذهيب الغلافات والكتيبات وكذلك معدّات صنع قوالب القص. وتمكنت شركة يوسف قري وأولاده بفضل إبرام شراكة استراتيجية مع شركة Bobst السويسرية، التي كانت آنذاك رائدة في صناعة آلات قصّ العلب الكرتونية ولصقها، من إدارة مشاريع متكاملة وتنفيذها. وقد ساهم انضمام شركات Martin و Peters Maschinenfabrik إلى الشركة الأم Bobst بتعزيز قدرات الشركة في مجالات الكرتون المضلع والطباعة المباشرة بين الألواح والورق بتقنيّات الفلكسو، مما سمح لها بجني ثمار التوسّع السريع الذي طال صناعة التغليف في الأسواق النامية كالمملكة العربية السعودية ولبنان.



Another year, another Drupa in 1990.



View of the Manroland stand during Drupa 1990.

KUWAIT GOVERNMENT PLACES LARGE ORDER WITH MAN ROLAND

Early this year, the Secretary of Information of Kuwait placed orders for a total of 49 printing units of sheet-fed and rotary web presses for commercial printing with German printing press manufacturers within the scope of an extraordinarily extensive modernization programme for the Government Printing Office. MAN Roland entered an order for 26 printing units, the larger part of the entire order volume.

The most significant piece of equipment of this investment programme is a Lithomax III, a 32-page web offset press in landscape format with four double printing units and two folders. The machine will be delivered early in

1990; its technical concept is that of the new generation of magazine presses which MAN Roland presented for the '86 DRUPA.

Highlights of the investment programme for sheet-fed presses are two two-colour and two four-colour Roland 800 presses, sheet size 100 x 140 cm, fully equipped with Roland CCL ink unit temperature control, air cushion drums and blanket washing device as well as two electronic plate scanners EPS for the format range DB to 78.

Three Roland Roland RZE 3B-P perfectors using the blanket-to-blanket printing principle complete the order for sheet-fed presses.

وزارة الإعلام الكويتية تثبت أكبر طلبية Manroland لتسليم عام 1989.

The Ministry of Information of Kuwait places the single Largest sheetfed & webfed order with Manroland estimated delivery 1989.

equipment in the Gulf region. Crossfield was acquired in 1989 by FFEI – a newly-formed joint venture between DuPont and Fujifilm – a supplier of prepress equipment for the printing & publishing industries.

The demand for packaging, commercial, magazine and book printing maintained strong growth levels throughout 1990's. The celebrated introduction of the R700 3B sheetfed offset press at Drupa gave it a technological supremacy over its closest rivals in the field of multicolour printing.

The R700 enabled Manroland to offer more complex configurations, allowing for printing on a wider range of stocks in record times and with peerless dot reproduction.



ممثلون عن وزارة الاعلام الكويتية برفقة إحسان القرى يشاهدون آلة الطباعة التجارية ويب أوفست Manroland Lithoman.

Delegates of the Ministry of Information of Kuwait examine accompanied by Ihsan El Kara the Manroland Lithoman commercial web press.



الشيخ فهد العبيكان خلال تدشين أول آلة طباعة أوفست شيت Manroland R700 3B من الجيل الجديد في المملكة العربية السعودية عام 1994.

وخلال معرض "Drupa" في العام نفسه تمّ عرض أول آلة أوفست Manroland R700 3B التي تفوّقت على كل ما قدّمته الشركات المنافسة في مجال الطباعة المتعدّدة الألوان وعزّزت بذلك مكانتها وشهرتها حتى يومنا هذا.

ووقّرت الـ R700 لآلة Manroland إعدادات أكثر تعقيداً، ما سمح بطباعة أكثر تنوعاً وعمل بسرعة قياسية ودقّة لا نظير لها.

أمّا في المملكة العربية السعودية فبدأت شركتنا "العبيكان للطباعة والتغليف" في الرياض، و"يوناييتد للتغليف" في الدمام باستخدام آلة R706 للطباعة بستّة ألوان مع رأس إضافي للتلميع. ومن ثمّ تبعتهما مطبعتا رعيدي والعربية، وهما مطبعتان كبيرتان متخصصتان في العمل التجاري وطباعة المجلّات في لبنان.

في الواقع، لم تشهد المملكة العربية السعودية طلباً متزايداً على اللعب الكرتونية فقط، بل على الكرتون المضلّع أيضاً. وتمكّنت شركة يوسف قري وأولاده بالتعاون مع اتحاد Bobst/Peters/Martin من تلبية الحاجة إلى المعدّات ذات الجودة العالية من صنع فرنسا وألمانيا وسويسرا، وبالتالي من تقديم الأفضل لعملائها وفقاً للمواصفات الأوروبية التي تتطلبها الصناعات المحليّة لمنافسة مثيلاتها في الأسواق العالمية.

تملّكت شركة Heidelberg Druckmaschtn AG، وهي المنافس الرئيس لشركة يوسف قري وأولاده في مجالات آلات طباعة الأوفست، شركة Linotype Hell AG. وشكّلت هذه العملية ضربة قاسية لشركة يوسف قري وأولاده حيث استثمرت أعواماً عديدة لترويج هذه المعدّات وبيعها في جميع أنحاء الشرق الأوسط، وخلفت هذه الخسارة ثلّة في ملفّ الشركة لم يتمّ سداها إلا في العام 1999 عندما حصلت الشركة على حقوق توزيع معدات شركة Fujifilm.

بعدها أصبحت شركة يوسف قري وأولاده الموزّع الرسمي لمعدّات Crossfield لتحضير ألواح الطباعة في منطقة الخليج. ثم انتقلت ملكية Crossfield من شركة De La Rue التي تعتبر أكبر شركة متخصصة في طباعة العملات في العالم إلى شركة FFEI وهي مشروع مشترك أنشأ لاحقاً بين شركتي Fujifilm و DuPont. بقيت مستويات الطلب على التعبئة والتغليف وكذلك الطباعة التجارية وطباعة المجلّات والكتب في ارتفاع متزايد خلال العام 1990.

In Saudi Arabia, two companies led the market in introducing the R706 6 colour press with coater: Obeikan Printing & Packaging in Riyadh, soon followed by the United Packaging Company in Dammam. Followed by Raidy Printing Press and Arab Printing Press, two large commercial and magazine printers in Lebanon.

With technology becoming ever more intricate, lower equipment downtimes became a crucial selling point. YKF accordingly expanded its roster of service engineers, improving its in-house training & expertise. This strategic decision helped provide YKF with the technical skills needed to be recognized as the leading service provider in the industry. YKF would consolidate its reputation as a reliable sales and service partner to suppliers and customers alike, throughout the entire lifecycle of the products delivered.

The reunification of East and West Germany in 1989 resulted in the acquisition of Plamag of Plauen by Manroland of Augsburg, marking the beginning of a successful expansion into the Gulf newspaper and magazine printing industry.

Gulf News in Dubai received the first Cromoset 45 to come off the MAN Plamag production line in 1992. It was a single circumference press, configured as a Hybrid press to run conventional codset printing newsprint paper with heatset printing of glossy paper, and it allowed Gulf News, already the

number one newspaper publisher and printer in the United Arab Emirates, to offer its readers magazine printing quality in a newspaper. A mere seven years later, Gulf News placed an order for the next generation, the Cromoman 50.

The Cromoman offered the unique benefit of allowing, for the first time, for a newspaper printing machine to be installed in parallel configuration. Servo technology further enabled it to independently operate individual components, thereby adding flexibility and cutting down set up times.

Also in 1992, Al Khorayef, a Saudi trading and industrial group, expressed interest in a 60% stake of Trans Orient Modern Machinery.



Second webfed project signed with Gulf News included a Cromoman 50 semi-commercial web press six lines, six heatset packages delivered between 1999 and 2003.

في العام نفسه، أعربت مجموعة الخريّف، وهي مجموعة تجارية وصناعية سعودية، عن رغبتها في شراء 60% من شركة عبر الشرق للآلات الحديثة. اغتنمت إدارة شركة يوسف قرى وأولاده هذه الفرصة، بعد أن أدركت أن الزيادة في رأسمال الشركة ستساعدها للسير قدماً كلاعب رئيسي في المملكة العربية السعودية من خلال تمكينها من تلبية الطلب المتزايد على الطباعة.

حتى العام 1993، حققت شركة يوسف قرى وأولاده أرقاماً قياسية، إذ باعت وقامت بتركيب ما مجموعه 1225 رأساً طباعياً من آلات طباعة أطباق الورق. وكان فوز شركة يوسف قرى وأولاده بمنافسة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في الرياض بالتعاون مع شركة عبر الشرق للآلات الحديثة الإنجاز الأكبر في هذه الفترة. وقد تضمّنت هذه المنافسة توريد وتركيب وتشغيل معدّات تحضير ألواح الطباعة من Dainippon Screen اليابانية كافة، وآلة طباعة النماذج المتّصلة الألمانية من Edlmann، وآلات طباعة أطباق الورق بتقنية الأوفست من Manroland، وخط لتجليد الكتب والطبي من Kolbus، MBO، و Wohlenberg الألمانية. وقد عزّز التعامل مع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لسنوات متتالية مكانة الشركة الرائدة في مجال بيع آلات الطباعة للقطاع العام السعودي وصيانتها.

على غرار سائر القطاعات، أدى ازدياد الطلب على الخدمات البريدية إلى الحاجة المتزايدة للمغلّفات في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة والبحرين في العام 1994. وتمكّنت شركتا يوسف قرى وأولاده و Winkler & Duenebier الألمانية معاً من تلبية طلب معدّات الطباعة وصنع المغلّفات للبلاد المذكورة.

وفيما غدت الطباعة تتطلّب المزيد من التقنيّات الفنيّة المعقّدة أكثر من أي وقت مضى، أصبحت المعدّات الأكثر تجهيزاً والأقل أعطالاً عاملاً مفصلياً يساعد المطابع في اختبار الآلات التي تسدّ احتياجاتها. ولهذه الغاية، عملت شركة يوسف قرى وأولاده على تحديث كفاءات مهندسيها بشكل مستمرّ، وطوّرت تدريبات فريقها وخبراته الذاتية ممّا ساعدها في الحفاظ على سمعتها الطيبة لدى عملائها والشركات المصنّعة.

وغداة توحيد ألمانيا في العام 1989، استحوذت شركة Manroland Augsburg على شركة Plamag الأمر الذي أسهم في توسّع طباعة الصحف والمجلّات في منطقة الخليج العربي وازدهارها.

في العام 1992، اقتنت صحيفة Gulf News أول ماكينة Cromoset 45 من شركة MAN Plamag. واعتبرت هذه الآلة فريدة في محيطها، كونها تستعمل تقنيتين في الطباعة: الأولى باستخدام أحبار الجرائد التي لا تحتاج إلى مجفّف والثانية باستخدام الأحبار الخاصة بطباعة الورق المصقول واللّماع الذي يحتاج إلى مجفّف. وهذا ما سمح لصحيفة Gulf News باحتلال المرتبة الأولى كصحيفة ورقية يومية تشتمل على ملحق تجاري متكامل مطبوع على الورق المصقول. وبعد مرور سبع سنوات، طلبت صحيفة Gulf News الجيل الجديد من هذه التقنية وهي آلة Cromoman 50.

تعمل ماكينة Cromoran الجديدة بنظام تشغيل مستقلّ لكل وحدة من مكونات آلة الطباعة من دون اتصال ميكانيكي فيما بينها وتقوم على تشغيل مجموعتين تعملان بشكل متوازي أو إفرادي.



اجتماع يوسف قري وأولاده عام 1993 مع إدارة Manroland لتقديم استراتيجية مبيعات للشرق الأوسط ومراجعة الإنجازات السابقة.

1993 meeting of YKF's management with that of Manroland to review past achievements and define a future Middle East strategy.

YKF's management struck the deal, realizing that the resulting influx in capital would enable it to remain a major player in Saudi Arabia by allowing it to fuel the growing demand for print.

YKF broke records until 1993, selling and installing 1225 sheetfed printing units. Yet it was a much larger accomplishment that marked this period. The tender of the Imam Mohamad Bin Saud Islamic University in Riyadh was won by YKF, with its subsidiary TOMM delivering prepress equipment made by Dainippon Screen of Japan, a continuous form offset press line from Edelmann, sheetfed offset printing equipment by Manroland, book line made by Kolbus as well as folding and cutting equipment supplied by MBO and Wohlenberg. The Imam Muhammad Ibn Saud Islamic University deal strengthened TOMM's standing as a leading print sales and service provider in the Saudi public sector.

A surge in postal mail volumes led to increased demand for envelope converting lines in Saudi Arabia, the United Arab Emirates and Bahrain in 1994. YKF and Winkler & Duenebier of Germany helped meet the existing demand for printing and envelope-making equipment.

A growing demand for labels saw increased cooperation with Mark Andy, the leading North American supplier of narrow web printing equipment from 1995 onwards. Throughout this period, the company distinguished itself by demonstrating a consistent sense of ethics, commitment to its customers and passion for the print business.

In 1996, Agfa Gevaert, acquired the printing plate business branded Ozasol, manufactured by Hoechst/Germany as well as the DuPont proofing equipment business, and DuPont offset printing & graphic arts film operation. The resulting gap in YKF's range of offerings was substantial, and would only be filled three years later.

Riding from success to success, YKF earned the trust of customers and vendors, developing an intangible but most precious asset: a respected brand name and an impeccable corporate reputation.



مشروع الإمام بن سعود العام 1996.

Imam Bin Saud project in 1996.

أحدثت هذه العملية فجوة كبيرة في قائمة المنتجات التي تقوم شركة يوسف قري وأولاده باستيرادها وتسويقها في المنطقة فاحتاجت الشركة إلى ما يقارب الثلاث سنوات لكي تتمكن من سدّ هذا الفراغ.

وهكذا كان، حيث استمرت الشركة بتحقيق النجاح تلو الآخر، واكتسبت ثقة عملائها ومورّديها على حدّ سواء وأشرق اسمها كعلامة تجارية مرموقة تتميز بسمعة لا تشوبها شائبة.

كما برزت ظاهرة منذ العام 1995 تمثلت بتزايد الطلب على الملصقات بأنواعها المختلفة. فارتفعت الحاجة لآلات طباعة وتصنيع الملصقات الورقية والبلاستيكية من شركة Mark Andy المورّد الأميركي الرائد في صناعة هذا النوع من الآلات على المستوى العالمي. وطوال هذه الفترة استطاعت شركة يوسف قري وأولاده التميّز من خلال إظهار مستوى ثابت من الأخلاقيات المهنية والالتزام الجديّ تجاه عملائها بفضل شغفها بكل ما ميّت للطباعة بصلة.

في عام 1996، استحوذت شركة Agfa Gevaert على ألواح طباعة الأوفست من ماركة Ozasol التي تقوم بتصنيعها شركة Hoechst الألمانية وكذلك على أفلام التصوير الصناعية وأجهزة البروفات الملونة من منتجات شركة DuPont.

CHAPTER SIX

**MAN
ROLAND
T.T.C.**

DYNAGRAPH
FOR PRINTING INDUSTRIES

**LOWE FUCHIKI
GRAPHIC ARTS**

BOES

A New Millennium

Adapting to high-end technologies

الكتابة الحديثة

التأقلم مع أحدث التقنيّات

The late 1990s' and early 2000s' witnessed a tectonic shift in the print industry, as the internet began to profoundly transform and redefine the way we do business. Initial fears turned out to be overblown, with dire predictions of decimation in the print industry failing to materialize.

With a record 428,000 attendants and nearly 2,000 exhibitors, Drupa 2000 demonstrated the print media's resilience in the face of the internet revolution, surprising those who had begun planning for the beginning of the end of print as a communication technology. Rumours of the death of print were greatly exaggerated.

Nicolas El Kara took over the Levantine region of Lebanon, Jordan and Syria, with Ihsan El Kara managing the Gulf market. Out of this scission, the company name Dynagraph was born.



أنطوان إحصان القرى الجيل الثالث من عائلة القرى ينضم إلى الشركة عام 2000.

In 2000, Antoine Ihsan El Kara, third generation of El Kara family, joins the business.



إحصان القرى وشريكه في شركة ديناغراف الكويت السيد ضرار الغانم مع ممثلي الشركات الأجنبية في افتتاح مركز نقل التكنولوجيا بالتعاون مع Manroland في دبي عام 2000.

Ihsan El Kara in the presence of vendor representatives together with his partner Mr. Dirar Al Ghanem in Dynagraph Kuwait WLL during the inauguration of the Manroland TTC in 2000.

Dynagraph's name is a combination of "Dynamic" and "Graphics", two of the core elements that the company had come to embody. The name was positively met by industry stakeholders.

Meanwhile, the transfer of ownership of Dynagraph for Printing LLC in Dubai was complete. And Ihsan El Kara took control of all shares in the existing operations in Kuwait as well as Saudi Arabia, thereby assuming heavy financial commitments.

1999 was also the year Dynagraph reached a sales agreement with Fujifilm to promote and sell graphic arts films, offset plates and computer-to-film systems made by CrossField, the UK-based Fujifilm subsidiary.

صمود الوسائل المطبوعة في وجه ثورة الإنترنت. وقد أدهش هذا الواقع أولئك الذين راهنوا على نهاية عصر الطباعة كوسيلة للتواصل وسرعان ما تبينت المبالغات حول شائعات اندثاره.

عام 1999، تمّ الاتفاق على تقاسم الأسواق في المنطقة الجغرافية للشركة وذلك بحسب الانتشار الجغرافي للفروع وشبكات العمل. فأصبحت الأعمال في منطقة المشرق التي شملت لبنان، الأردن وسوريا خاضعة لإدارة نقولا القرى، فيما تولّى إحسان القرى إدارة سوق الخليج، فكانت "دايناغراف" نتيجة هذا الانقسام.

يجمع اسم دايناغراف بين مصطلحي "ديناميكي" و"غرافيك" وهما عنصران من العناصر الأساسية التي تجسدها الشركة، وقد لاقى الاسم الجديد استحساناً لدى الموردين المعنيين بهذه الصناعة.

في هذه الأثناء، انتهت عملية انتقال الملكيات، إذ استحوذت الشركة الجديدة "دايناغراف للطباعة ش.م.م" على فرع في دبي، فيما بقيت الحصص في فرعي الكويت والمملكة العربية



إحسان القرى مع بعض العملاء من الإمارات العربية المتحدة خلال افتتاح مركز نقل التكنولوجيا بالتعاون مع Manroland في دبي عام 2000.

Ihsan El Kara seen at the opening of the Manroland TTC with customers from the UAE in 2000.



إحسان القرى مع عملاء من الكويت عام 2000.

Ihsan El Kara together with customers from Kuwait in 2000.

شهدت نهاية التسعينات وبداية الألفية الثانية تغييراً هائلاً في صناعة الطباعة. فمع بدء عصر الإنترنت ساد الاعتقاد أن تغييراً جذرياً سيحدث لاسيما في طريقة أدائها للأعمال. ولكن سرعان ما تبددت المخاوف حول هيمنة الإنترنت ولم تصدق التوقعات المتشائمة التي كانت تنبئ بنهاية صناعة الطباعة وضمحلها.

بالفعل، أثبتت نسخة العام 2000 من معرض "دروبا" التي شهدت حضور أكثر من 428,000 زائر وحوالي 2,000 عارضاً،



أنطوان القرى في معرض Drupa 2000 وهو الظهور الاول له في معارض Drupa مع إحسان القرى على منصة Manroland.

First Drupa 2000 attended by Antoine El Kara, here with Ihsan El Kara on the Manroland stand.

In 2000, Antoine El Kara, representing the third generation, joined the company in Dubai, perpetuating the El Kara's family legacy, its leadership and close association with the print industry.

Another milestone was achieved in 2000 when the dream born in the early 1980s to provide specialized technical education in print, was finally realized with the establishment of a first-of-its-kind training center in Dubai. The Manroland TTC (Technology Transfer Center) was inaugurated in partnership with Manroland to promote printing through expert training programs.



Manroland R700 Electronic training class offered in April 2001.



Manroland R700 Operator training Class in May 2001.

A demonstration in technological prowess took place in a showroom on the main Dubai and Abu Dhabi motorway in the year 2000: a Manroland R705 TLV sheetfed offset 5 colour, coating press was networked through a PECOM server with a Fujifilm Luxel 9000 filmsetter and a Fujifilm Lanovia C-550 scanner. This was the first set up of its kind in the Middle East.

As postpress equipment the training center included an MBO folder and a Wohlenberg guillotine. This remarkable proof of dedication to the industry helped qualify a large number of print operators, mechanical and electronic technicians, strengthening the level of expertise in print throughout the Middle East.

Meanwhile, the Manroland TTC training center showed initial signs of success, with 56 trainees certified by Manroland for the year 2000/2001. Most of these trainees completed mechanical and electrical courses.



Manroland R700 first Arabic Operator training class in June 2001.



Manroland Technology Transfer Center, Dubai.

في دبي. تم افتتاح Manroland TTC (مركز نقل التكنولوجيا) بالشراكة مع شركة Manroland للتدريب المهني على الطباعة من خلال برامج تدريب متخصصة.

أقيمت تجارب الكفاءات الفنية في صالة العرض الكائنة على الطريق الرئيسي السريع بين دبي وأبو ظبي في العام 2000. وتمت هذه التجارب على آلة طباعة أوفست خمسة ألوان لطباعة الأطباق الورقية مع رأس تلميع من طراز Manroland R705 TLV متصلة من خلال نظام PECOM للتحكم والتشغيل مع آلة التصوير على الأفلام Luxel F9000 وماسح ضوئي (سكانر) Lanovia C-550 وكلاهما من صنع Fujifilm. وكانت شبكة الآلات هذه الأولى من نوعها في منطقة الشرق الأوسط. كما ضمّ المركز أيضاً آلة طي ملازم من MBO ومقطعاً للورق من Wohlenberg. ساهم هذا المركز بتطوير مهارة العديد من فنيي الطباعة والكهرباء والميكانيك في منطقة الشرق الأوسط.

السعودية تحت سلطة إحسان القرى الذي جدّد التزامه الكامل بجميع الحقوق والواجبات المترتبة لها وعليها.

كما سجّل عام 1999 إبرام اتفاقية توزيع بين دايناغراف وشركة Fujifilm لتسويق وبيع أفلام التصوير الطباعية وألواح الطباعة الأوفست وأنظمة التصوير المباشر من الكمبيوتر إلى الفيلم من صناعة Crossfield، الشركة البريطانية التابعة لـ Fujifilm.

في العام 2000، انضم أنطوان القرى، نجل إحسان القرى، الذي يمثل الجيل الثالث في العائلة إلى الشركة في دبي، مستكملاً مسيرة آل القرى المتوارثة من الأجداد إلى الأحفاد، ودورهم القيادي في صناعة الطباعة في المنطقة.

في العام نفسه، حققت الشركة الحلم الذي رافقها منذ سنة 1980 بتأسيسها أول مركز متخصص للتدريب الفني على الطباعة

Dynagraph and the Manroland Graphic Center in Offenbach, Germany worked diligently to improve the content of courses administered at the Manroland TTC in Dubai, constantly enhancing the programs and adapting them to the needs of regional customers.

Dynagraph's commitment to technical education went beyond the Manroland TTC: a number of training seminars were organized during this same period, such as an April 2001 printing and coating application workshop attended by 65 guests from all over the Gulf. Key partners such as Eltosh (offline and inline UV vendor), DS-Druckerei (press room chemicals vendor), Vanson (offset ink vendor), Manroland and DuPont all contributed attendants and training material.

At the IPEX trade show in Birmingham that same year, the partnership with Bobst came under strain, with both companies agreeing to go their separate ways. This was a significant setback for Dynagraph, who had made its

alliance with Bobst a key component of its business strategy. Instead, Dynagraph found alternative alliances to help restore its range of product offerings: with Iberica, a Spanish die cutting vendor, and with Vega, the leading Italian folder gluer manufacturer.

Emirates Printing Press (EPP) one of the largest printing houses in the Gulf region, signed a contract in 2000 for the Middle East's first 5 colour Manroland Rotoman 65 webfed commercial press, intended for the printing of high quality magazines at speeds of 65,000 cycles per hour.

The worldwide economic slowdown of 2001 especially in Europe, heavily impacted the print industry, leading to widespread speculation and concern that, even after the economy recovered, the "years of prosperity" would not return while structural problems would need to be addressed. Meanwhile, printers invested in more cost-efficient production systems, seeking to rationalize their operations and reduce their costs.

Dynagraph was unable to avoid an overall slowdown in equipment sales. The worsening market conditions served as an impetus for the company to redefine its sales strategy, increasingly focusing on consumable sales in order to reduce its dependency on the ailing equipment sector, which was compromising its sales and support infrastructure.



نيسان 2001، نظمت شركة ديناغراف بالتعاون مع
الموردين ورشة عمل حول التلميع وتطبيقاته.

April 2001 Dynagraph holds a coating workshop with its partners.

الإسبانية التي تعنى بتصنيع آلات تقطيع الكرتون، ومع Vega الإيطالية الرائدة في تصنيع آلات طي ولصق العبوات الكرتونية.

وفي عام 2000 وقّعت مطبعة الإمارات، إحدى أكبر دور الطباعة والنشر في منطقة الخليج، عقدًا للحصول على أول آلة ويب خمسة ألوان Manroland Rotoman 65 في الشرق الأوسط لطباعة المجلات العالية الجودة بسرعة 65,000 دورة في الساعة.



Joint picture of Dynagraph Mr. Jamal Kanaan and Antoine El Kara and the management of Vega folding carton vendor during the factory visit in Italy.

خلال هذه الفترة، شهد المركز بواد نجاح أوليّة مع تخريج 56 متدربًا حازوا على شهادة Manroland للعام 2000/2001. وقد أنجز معظم هؤلاء دورات ميكانيكيّة وكهربائيّة.

عملت شركة دايناغراف ومركز Manroland في أوفنباخ - ألمانيا، ما في وسعهما لتحسين محتوى الدورات التدريبية في مركز Manroland TTC في دبي، وقامتا بتعزيز المناهج باستمرار وبتكيفها لتتماشى مع احتياجات العملاء في المنطقة.

ومع مرور الوقت، تخطى التزام دايناغراف توفير التعليم التقني في مركز MAN TTC: وشهدت الفترة نفسها، تنظيم عدد من الندوات التدريبية، ففي شهر أبريل / نيسان من العام 2001، أقيمت ورشة عمل للطباعة والتلميع حضرها 65 مشاركًا من مختلف أنحاء دول الخليج. وقد ساهم الشركاء الرئيسيون كشركة Eltosh (مورّد أنظمة التجفيف فوق الأشعة البنفسجية UV من خلال نظام تشغيل متّصل أو مستقلّ عن آلة الطباعة)، وشركة DS-Druckerei (مورّد المواد الكيميائية المستخدمة في الطباعة الصحفية) وشركتا Manroland وDuPont في توفير المواد التدريبية اللازمة.

خلال معرض IPEX التجاريّ الذي أقيم في مدينة بيرمنغهام/بريطانيا من العام نفسه، عرفت الشركة Bobst توترًا في العلاقة التي تجمعهما، فتم على أثر ذلك فضّ التعاون بين الشركتين بالتراضي. كان لهذا الانفصال أثر سلبي على شركة دايناغراف، نظرًا للدلالة الاستراتيجية الهامة التي طبعت شراكتها مع Bobst. على إثرها قامت دايناغراف بإبرام اتفاقية جديدة مع شركة بديلة لسدّ الثغرة فتعاونت مع Iberica



أطلقت دايماغراف أول نظام للتصوير

المباشر من أجهزة التصميم والإعداد

إلى ألواح الطباعة المحسّنة دون

المرور عبر الفيلم

Over the following years Dynagraph's patience and resilience paid off as it doubled its focus on consumables, increased its cooperation with vendors and grew its market share in prepress, press room and finishing products. Dynagraph would nevertheless have to wait until 2009 and the beginning of an alliance with Flint Group, a world leader in printmedia, to achieve a major milestone in its modern history.

Following a decision by YKF to cease all trading and service activities in Lebanon, Jordan and Syria, and at the request of a number of suppliers and vendors, Dynagraph established a stronger Lebanese presence in 2002 with the opening of a national office, followed by Dynagraph Syria Ltd. in Damascus.

Dynagraph also registered "Dynaserv Sarl" in Beirut, seeking to avoid a brain drain of qualified senior service engineers possessing decades of experience. This move was yet another step towards consolidating the firm's reputation as a graphic arts sale and service provider.

That same year, Dynagraph introduced the first computer-to-plate system for offset printing, showcasing it with an open house in its showroom on Sheikh Zayed Road in Dubai. The system designed by Fujifilm featured a colour management workflow; it would help reinvigorate Dynagraph and establish it as a leading supplier of digital offset plates, prepress equipment and workflow solutions.

المؤهلين الذين يتمتعون بمهارات عالية وخبرة طويلة، تم تأسيس شركة "ديناسيرف ش.م.ل." في بيروت. كانت هذه المبادرة خطوة جديدة أقدمت عليها الشركة بهدف تعزيز سمعة الشركة لجهة خدماتها ومبيعاتها في مجال الفنون التصويرية.

في العام نفسه، أطلقت دايئاغراف أول نظام للتصوير المباشر من أجهزة التصميم والإعداد إلى ألواح الطباعة المحسّسة دون المرور عبر الفيلم، وقامت بعرضه أمام العملاء في صالة العرض الكائنة على طريق الشيخ زايد في دبي. وهذا النظام الثوري الجديد هو من صنع Fujifilm ويتميز باتصاله بأنظمة إدارة الألوان والتحكم بها أثناء عملية الطبع. وهذا ما ساعد في تعزيز مكانة شركة دايئاغراف كرائدة في إدخال التكنولوجيا الجديدة في مجال تحضير ألواح الطبع الرقمية المحسّسة وكذلك كمورد رئيسي لمجموعة برامج التتابع التنفيذي للمطبوعة عبر الاتصال المباشر بين الأجهزة المعنية.

أعقب هذا الحدث بفترة قصيرة إقامة معرض DuPont Cyrel المفتوح عام 2002 لأحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في طباعة الفليكسو من برامج وأجهزة تصوير وحفر لألواح الفوتوبوليمر الخاصة بهذه الطباعة. في خلال هذا المعرض، كشفت دايئاغراف لعملائها عن ماكينة (DuPont Cyrel Digital Imager) الرقمية الأولى في الشرق الأوسط لتصوير ألواح الطباعة من مادة الفوتوبوليمر بواسطة الليزر. منذ ذلك الحين، تغير مفهوم صناعة ألواح الفوتوبوليمر التقليدية بشكل جذري. كما تم عرض آلة DuPont Cyrel EC/LF 1000 إلى جانب ابتكار رائد آخر في صناعة الفليكسو وهو آلة DuPont Cyrel FAST Thermal Processor التي اعتمدت طريقة جديدة صديقة للبيئة، توفر الوقت بنسبة 80% عما كان عليه في السابق.

أثر الركود الاقتصادي الذي شهده العالم في العام 2001 لاسيما في أوروبا إلى حد كبير على صناعة الطباعة، مما طرح تساؤلات حول إمكانية استعادتها "لسنوات الازدهار" في حال تعافى الاقتصاد العالمي. بالمقابل، انشغلت المؤسسات الطباعية بإعادة هيكلة بنيتها والاستثمار في أنظمة أكثر فعالية تساهم في تخفيض التكلفة الإنتاجية كما عمدت إلى تقليص حجم عملياتها قدر الإمكان.

وبالرغم من هذا كله، لم تتمكن دايئاغراف من تجنب التراجع العام الذي ضرب مبيع الآلات والمعدات. فكانت أحوال السوق المتدهورة بمثابة حافز قوي دفع بالشركة إلى إعادة النظر في استراتيجية مبيعاتها، إذ راحت تركز بشكل أكبر على ترويج المواد الاستهلاكية في صناعة الطباعة.

خلال السنوات التي تلت، أثمر صبر الشركة ومواجهتها لواقع الأزمة الاقتصادية من خلال تركيزها على المواد الاستهلاكية، فنمت حصتها في سوق بيع أجهزة تحضير ألواح الطباعة وآلات الطباعة وملحقاتها وكذلك معدات التجليد والقص والطبي ومستلزمات الطباعة، إلى ذلك، وسّعت دايئاغراف رقعة نشاطاتها في العام 2009 وبدأت تعاونها مع مجموعة Flint، ثاني أكبر مورد لحبر الطباعة في العالم، فأضافت بذلك مدمكاً رئيسياً إلى مسيرتها المهنية.

في غضون ذلك، قررت شركة يوسف قرى وأولاده إيقاف جميع أنشطتها التجارية والفنية في لبنان الأردن وسوريا. لذلك وبناءً على طلب من عدد من المصنعين والموردين والزبائن، أقدمت شركة دايئاغراف عام 2002 على تفعيل وجودها في لبنان من خلال افتتاح "دايئاغراف ليبانون" استتبعته بشركة "دايئاغراف سوريا" في دمشق، وحرصاً منها على الحفاظ على كبار المهندسين

This event was followed shortly thereafter by a DuPont Cyrel Open House in 2002, demonstrating the latest in flexo technology. It was then that Dynagraph's customers were introduced to the DuPont Cyrel Digital Imager Spark (CDI), a first in the Middle East for imaging digital flexo plates and sleeves, marking a departure from the earlier days of conventional plate making. A DuPont Cyrel EC/LF 1000 (Exposure Cooled/Light finisher) exposure unit was also showcased, together with a further innovation in Flexography: DuPont Cyrel FAST Thermal Processor, which offered a revolutionary, greener way to process flexoplates, significantly cutting reproduction times.

Dynagraph soon met another hurdle in Saudi Arabia, with Al Khorayef Group seeking to buy out the shares of Ihsan El Kara. He was eventually compelled to sell his stake in the year 2002, and it was not until 2008 that Dynagraph Saudi Arabia Ltd. resumed operations, having successfully registered with the foreign investment authorities "SAGIA" in Riyadh.

The first issue of the "Inprint" Press Release saw the light of day in 2002. Edited entirely by Dynagraph, it provided coverage of exciting new product releases and the latest Dynagraph equipment sales.

In 2002, IPEX the second largest print exhibition opened its doors welcoming 2,200 exhibitors and over 90,000 visitors from all over the world. Manroland chose this trade show

to unveil its "print one to many" vision. The Manroland DICOweb first real digital offset commercial webfed press was also introduced, becoming the first true computer-to-press solution, optimized for short run applications. The technology used in the DICOweb was created by Manroland and known as thermal transfer imaging. The DICOweb integrated the complete process, from pre-press to post-press inline. Manroland set out to redesign its entire sheetfed and webfed presses around this latest technological innovation. As professor George Teodorescu stated: "The new comprehensive design is another sign of a new impetus, the new spirit of Manroland."



عرض نظام تحكم وضبط الألوان يدمج نظامي V9600 "من الحاسوب إلى لوح الطباعة" بألة Lanovia للمسح C550 من صنع FFEI.

Demonstration of a colour management workflow solution integrating a V9600 Computer to Plate system and a Lanovia C550 Scanner made by FFEI.

خلاله شركة Manroland رؤيتها الجديدة "إطبع واحدة لعدد" وقامت بعرض أحدث ابتكاراتها Manroland DICOWeb أول آلة طباعة أوفست تجارية رقمية بالكامل، وأول حل حقيقي لتقنية الطباعة من الحاسوب إلى الآلة يمتاز بنقل الصورة حراريًا إلى ألواح بوليمر تم تركيبها أوتوماتيكيًا على إسطوانات الطبع.

وقد اعتمدت Manroland هذه التقنية في تصميم كل آلات الطباعة لديها تماشياً مع الابتكار الجديد. واعتبر البروفيسور Georges Teodorescu هذا التصميم الشامل الجديد دليلاً على دفع جديد تجسّد فيه روحية Manroland.

حققت دايناغراف نجاحات ملحوظة خلال هذه الفترة مع شركة Kolbus، وهي مورد رائد ومبتكر في مجال خطوط تجليد الكتب والمجلات. وأدرك أصحاب مطابع الكتب والمجلات أن الطباعة ذات الجودة العالية تتطلب استثماراً مماثلاً في خطوط تجليد الكتب ذات الغلافات الناعمة والسّميكة.

أسهم النجاح الذي حققته منتجات Manroland كثيرًا بانطلاقة دايناغراف في بداية الألفية الجديدة. وبفضل البحوث والازدهار الاقتصادي الذي شهدته منطقة الخليج، قام العديد من دور الصحافة والمطابع التجارية ومطابع المجلات ومصانع العبوات الكرتونية بزيادة استثماراتهم في أحدث تقنيات آلات الطباعة والتجليد والتغليف وملحقاتها. أسهم النمو الاقتصادي الذي شهدته دولة الإمارات العربية المتحدة، في شكل خاص، في جذب الشركات العالمية بهدف إنشاء مكاتبها الإقليمية في هذه المنطقة، ونتج عن ذلك زيادة ملحوظة في نفقات الدعاية والإعلان.

وسرعان ما واجهت دايناغراف محنة أخرى في المملكة العربية السعودية، عندما أعلنت مجموعة الخريف عن رغبتها بشراء الحصص العائدة لإحسان القرى. وانتهى به الأمر أخيرًا إلى بيع حصته في العام 2002. فاستغرق دايناغراف من الوقت حتى العام 2008 لتعود إلى المملكة تحت اسم "دايناغراف السعودية ذ.م.م"، بعد التسجيل لدى سلطات الاستثمار الأجنبي في الرياض.

أبصر العدد الأول من نشرة Inprint النور عام 2002 وهي عبارة عن بيانات صحفية تجمعها وتعدّها دايناغراف لإبقاء العملاء على اطلاع دائم بكل جديد في عالم الطباعة والصفقات التي تبرمها في المنطقة العربية.

خلال العام 2002 استقبل معرض IPEX، وهو ثاني أهم معرض للطباعة يتم تنظيمه في برمنغهام/بريطانيا، ما يقارب 2.200 عارض وأكثر من 90,000 زائر من كل أنحاء العالم. وقد أطلقت



للمرة الأولى، عرض آلة دوبونت سبريل فليكسو لحفر الألواح بالنظام الرقمي CDI في منطقة الشرق الأوسط في مركز دايناغراف الدائم عام 2002.

Dynagraph achieved notable successes during this period with Kolbus, a leading, innovative book binding finishing vendor. Book & magazine printers increasingly acknowledged that a print job requires equal investment in softcover and hardcover finishing and binding, indicating that the market was growing more sophisticated.

The success of Manroland sheetfed and webfed products defined much of Dynagraph's success in the beginning of the new millennium. Emboldened by years of wealth and prosperity in the Gulf region, newspaper, commercial, magazine and packaging customers invested heavily in the latest offset printing and finishing technologies. The UAE economy was the best positioned to benefit from this period of growth, as international firms increasingly established their regional headquarters there. The result was an increase in advertising expenditures, fuelled by speculation in the real estate market.

As a total systems integrator, Dynagraph was well placed to benefit from years of sustained growth. Building on the earlier successful installation of the new Hybrid Cromoman 50 machine for Gulf News, Dynagraph delivered a further 6 parallel lines with 6 heatset packages, i.e. 18 printing towers, making this the largest Cromoman press configuration in the world.

During the following eight years, Dynagraph strengthened its partnership with Manroland, installing over 800 printing couples of Cromoman Hybrid presses throughout the UAE, Qatar and Oman. Together with FERAG, a Zürich-based supplier of mailroom systems for newspapers, Dynagraph successfully positioned itself as the leading distributor of webfed press systems and finishing solutions.

Working hand in hand, Dynagraph and Manroland were able to offer unparalleled flexible



إحسان القرى يحول في ورشة اعمار المبنى
الحديث للخليج تايمز للطباعة والنشر عام 2003.

Ihsan El Kara taking a tour of the Khaleej Times Printing & Publishing new state of the art factory in 2003.



التجارب الأولى لآلة طباعة الجرائد Cromoman 50
semi-commercial في الخليج تايمز عام 2003.

Commissioning of the Cromoman 50 semi-commercial newspaper press at Khaleej Times in 2003.

خلال سنوات الازدهار الاقتصادي، حصدت دايناغراف ثمار عملها الدؤوب كموّرد لأنظمة الطباعة المتكاملة. بناء على نجاحها سابقاً في تركيب وتجهيز آلة Cromoman 50 لجريدة "Gulf News"، قامت دايناغراف بتأمين وإضافة 6 خطوط طبع، لطباعة الصحف مع مجموعة من 6 وحدات طبع، لطباعة المطبوعات التجارية أي ما مجموعه 18 برجاً طباعياً، ما جعل منها أكبر آلة Cromoman في العالم.

في الأعوام الثمانية التي تلت، استطاعت دايناغراف تعزيز شراكتها التجارية مع Manroland فقامت بتوريد وتركيب أكثر من 800 برج طباعي من طراز Cromoman، في مختلف أنحاء الإمارات العربية المتحدة وقطر وعمان. وبالشراكة مع FERAG، وهي شركة مصنّعة لأنظمة غرف البريد للصحف وتتخذ من زوريخ مقراً لها، تمكّنت دايناغراف من تكريس موقعها الريادي كموّرد لآلات طباعة الصحف وملحقاتها.

وعلى مرّ السنين، تمكّنت دايناغراف وشركة Manroland من تقديم حلول مرنة وبجودة عالية لتلبية مختلف احتياجات العملاء ودورات عملهم. ما دفع العديد من شركات الطباعة الأوروبية إلى زيارة الخليج للاطلاع عن كثب على التجهيزات غير التقليدية التي اعتمدتها دايناغراف.

توصّلت Manroland إلى اتفاق تاريخي مع صحيفة "Khaleej Times" لتأمين آلة Cromoman 50 مجهزة بمحرك إدارة ونظام مستقل لكل برج طباعي تصل سرعتها إلى 50 ألف نسخة في الساعة. تمّ تركيب هذه الآلة الإلكترونية نصف التجارية خلال الفصل الأول من العام 2003 لطباعة صحيفة "Khaleej Times" اليومية بالإضافة إلى بعض الإصدارات الأسبوعية.



نظام FERAG mailroom conveyor لنقل نسخ الجرائد في الخليج تايمز عام 2003.

The FERAG mailroom conveyor system at Khaleej Times installed in 2003.



Manugraph City Line Express hybrid press delivered in 2011 to KUC Group publishers of Al Waseet classified Ads.

solutions and high quality printed newspapers, leading many European print media firms to visit the Gulf, seeking to learn more about a hitherto unfamiliar concept.

Manroland reached a landmark agreement with Khaleej Times for the supply of a state-of-the-art Cromoman 50 shaftless press which could reach speeds of up to 50,000 copies per hour in vertical production. This semi-commercial webfed press was finally installed during the first quarter of 2003, for the production of the daily newspaper "Khaleej Times" as well as certain weekly publications.

Last but not least, the sheetfed success story that began in 1999, driven by unparalleled growth in

the commercial, magazine, book and packaging printing market, culminated in a surge in printing units sold and installed in 2002. Dynagraph delivered a total of 1,300 printing units during that period, 2/3 of which were in the 3B (70x100cm) format, and the balance in OB (50x70cm). The technical prowess of Manroland combined with the robust sales and support infrastructure offered by Dynagraph made for a fearsome alliance unrivalled by its closest competitors.

With the concurrence of Manroland, Dynagraph agreed to a partnership with Manugraph, the leading manufacturer of single-circumference webfed presses in India in 2003. This association aimed to meet the need for smaller newspaper printers & publishers, who required lower speeds and could forgo the peak performance of a Manroland webfed press. In the following 6 years, Dynagraph would sell over 16 Manugraph web presses while upgrading a number of existing presses to increase the number of coloured pages and thus answer growing demand for greater advertising space.

Dynagraph greatly strengthened Manugraph's sales in the Middle East, helping to rectify the poor image traditionally associated with equipment made in India. In doing so, Dynagraph did not hesitate to put its own reputation on the brink, convinced as it was of the reliability of the product it was selling.



في شباط 2006، تم تسليم شركة ماجان للطباعة والتغليف آلة مانرولاند ستة ألوان مزودة برأس تلميع مع جهاز قلب الورق بعد وحدة الطبع تعتبر هذه الآلة هي الأولى من نوعها في الشرق الأوسط بهذه المواصفات.

Delivery of a manroland R706 LTTLP in February 2006 to Majan Printing & Packaging Company. A 6 color, double coater, including a perfecting device after the first printing unit, a unique configuration for a packaging printer in the Middle East Region.

الحجم والتي تحتاج إلى آلات طباعة ذات كلفة أقل ومعدل إنتاج متوسط. خلال الأعوام الستة التي تلت، باعت ديناغراف أكثر من 16 آلة طباعة من صنع Manugraph وجهزت عددًا من رؤوس الطبع الإضافية على آلات الطباعة الموجودة سابقًا بهدف زيادة عدد الصفحات الملونة، وبالتالي توفير صفحات إضافية لتلبية الطلب المتزايد على المساحات الإعلانية.

خلال هذه الفترة، عززت ديناغراف مبيعات ماكينة Manugraph بشكل كبير في منطقة الشرق الأوسط، وساعدت في تصحيح الصورة النمطية الخاطئة التي كانت ترافق عامة المعدات المصنعة في الهند والتي كانت تقلل من أهمية جودتها، إذ لم تتردد ديناغراف أبدًا في توريد خطوط الطبع هذه لأنها كانت مقنعة بجودة المنتج وقدرتها على التعامل معه بشكل يضمن حفظ سمعتها التجارية المرموقة.

أخيرًا وليس آخرًا، فإن قصة النجاح التي بدأت في عام 1999، والتي عززها النمو غير المسبوق في سوق الطباعة التجارية وطباعة المجلات والكتب والتغليف، بلغت ذروتها مع تزايد وحدات الطباعة التي تم بيعها وتركيبها في العام 2002. فقد سلّمت ديناغراف ما مجموعه 1300 وحدة طباعة في تلك الفترة، ثلثها بمقاس 3B (70x100 سم) والبقية بنظام OB (50x70 سم). ويعود الفضل في هذا النجاح غير المسبوق في حلبة المنافسين إلى البراعة التقنية التي ميّزت معدّات Manroland بالإضافة إلى القوة الترويجية والبنية التحتية الصلبة التي وفّرتها ديناغراف.

وبالتوافق مع Manroland، قبلت ديناغراف عام 2003 إبرام شراكة عمل مع Manugraph، المصنّع الرائد لآلات طباعة لفائف الورق ذات إسطوانات الطبع المفردة في الهند. وكان الهدف من هذا التعاون، تأمين حاجة دور الصحافة لطباعة الكميات الصغيرة



CHAPTER SEVEN

Uncharted Territory

Growth opportunities

منطقة الحرّة

فرص النّمّو



Commissioning of the Cityline, Manugraph newspaper web press at United Group, Damascus for the printing of the daily newspaper "Baladna" in 2008.

The first decade of the twenty first century saw noticeable growth in the Syrian market and the print sector between 2003 and 2010 was no exception. Dynagraph Syria Ltd. had an important head start advantage over its closest rivals, a better understanding of the needs and requirements of the private sector.

Dynagraph was thus able to rapidly meet the growing demands and increasingly sophisticated expectations of its private customers, quickly becoming the market leader in sheetfed offset printing. The company's technical knowhow played a crucial role in allowing it to offer complex configurations for added value print applications in packaging, commercial and book printing.

Dynagraph had become the leading innovator, introducing sheetfed offset presses with up to 6 colours in special double coaters and inline cold foil configurations for different commercial and packaging applications.

Other investments as well followed in book binding finishing equipment from Kolbus.

The tragic outbreak of unrest in Syria at the end of 2011 resulted in a freeze in investments and a sad end to years of exceptional growth. Dynagraph was yet again confronted with a devastating conflict, as had been the case so often in its history throughout the Middle East.



Kolbus Book Block preparation line commissioned at "Al Hashimiah" printing press in Damascus in 2009.

والتغليف والطباعة التجارية وطباعة الكتب. سرعان ما أصبحت دايماغراف من أبرز الشركات في مجال الطباعة من خلال توريد وتركيب أول آلة طباعة أوفست ستة ألوان مع وحدتي تلميع ورأس تذهيب (Inline foiler) على البارد مع مجفف بالأشعة ما فوق البنفسجية. وتبعتها أيضاً استثمارات في معدات تجليد الكتب من إنتاج Kolbus.

أدى عدم الاستقرار الأمني المأساوي في سوريا في نهاية عام 2011 إلى تجميد الاستثمارات، فكانت نهاية حزينة لسنوات من النمو الاستثنائي. ومن جديد، واجهت دايماغراف نزاعاً مدمراً آخر، كما جرت عليها العادة في تاريخها في الشرق الأوسط.

شهد العقد الأول من القرن الحادي والعشرين تطوراً ملحوظاً في السوق السورية، وكان لقطاع الطباعة بين 2003 و2010 حصة في مجال الاستثمارات. إلى ذلك، تميّزت شركة دايماغراف سوريا عن منافسيها، إذ كانت على دراية بحاجات ومتطلبات القطاع الخاص.

كانت دايماغراف قادرة على تلبية الطلب المتزايد والتجاوب بسرعة مع متطلبات العملاء في القطاع الخاص، حتى غدت الشركة الأكثر مبيعاً لآلات طباعة الأوفست في السوق. سمح تاريخ الشركة العريق وخبرتها التقنية الواسعة بأن يكون لها دور أساسي في تقديم ما يلزم لعملائها من حلول ومعدات ساهمت في تنفيذ المطبوعات الأكثر تعقيداً في مجال التعبئة



CHAPTER EIGHT

Dynagraph Today

A standard of excellence

دَلائِلُنا فِى عِزِّنا الْيَوْمَ

مَعيار فى التَّميِّز



افتتاح مبنى ديناغراف الرئيسي في بيروت في أيلول 2005.

Inauguration of Dynagraph's headquarter in September 2005.

Following a period of restraint in the first few years following the economic crisis, the investment climate in the graphic arts industry improved substantially from 2004 onwards. Drupa 2004 showed strong numbers, with close to 400,000 visitors from 122 countries and nearly 1,900 exhibitors from 52 nations.

These figures were nevertheless lower than the high watermark of the 2000 trade show. In certain areas, however, results surpassed those of the boom year 2000, as was notably the case for equipment manufacturers in the printing and paper processing industry. "Visitor response in all segments of the printing and paper processing industry was strong," said Kai Büntemeyer, the new chairman of the specialized section for printing and paper equipment and supplies within the Federation of the Engineering Industries (VDMA). "Drupa 2004 has more than lived up to its expectations," he added.

In 2005, Dynagraph and Manroland signed a supplementary agreement for the establishment of the Manroland web service and maintenance hub in Dubai, with the objective of servicing all existing newspaper & commercial webfed presses in the Middle East region and beyond. Dynagraph would provide local service engineers and manage the administration, while Manroland would relocate two German service engineers to Dubai, thus ensuring a permanent presence and allowing to take enhanced preventative measures, reducing existing downtimes and delivering true 24/7 local support for webfed customers.



مشاركة دايناغراف في معرض الخليج للطباعة والتغليف السابع في دبي مع شركائها الموردين في مجال الصحافة و النشر.

لاحقاً في العام نفسه، شاركت دايناغراف في معرض الخليج السابع للطباعة. وانتهازتها فرصة لتقدّم على مدار أربعة أيام متواصلة حلولاً للتشغيل المتكامل بين مختلف آلات الأقسام المطبعة. وارتأت كل من الشركات One Vision، Tera Digital Publishing، Printvis Novavision، OKS AG و Manroland تسليط الضوء على براعتها في تنفيذ هذا التشابك المنسق في العمل بدءاً من التخطيط لموارد الشركات، إلى تقدير التكاليف لكل مطبوعة، ومنها إلى التحرير، والتصميم، وترقيم الصفحات، وبعدها إلى مراقبة المضمون والتصحيح اللغوي،

بعد فترة من الجمود لسنوات ما بعد الأزمة الاقتصادية العالمية، بدأ مناخ الاستثمار في حقل الطباعة يتحسن بشكل ملحوظ اعتباراً من العام 2004. فقد زار معرض "Drupa" في ذلك العام ما يقارب 400 ألف زائرٍ من 122 دولة واشترك فيه حوالي 1,900 عارضٍ من 52 دولة مختلفة.

على الرغم من أن هذه الأرقام بقيت أدنى من تلك التاريخية التي سجّلها هذا المعرض في العام 2000، فإن الأجواء الإيجابية التي اتّسمت بها النسخة الحديثة فاقت الازدهار الذي حققه المعرض عام 2000. ويعود ذلك إلى نمو الاستثمارات في مجال صناعة آلات الطباعة وصناعة الورق، وقد استمر النمو المطرد، إذ تميزت نسخة المعرض للعام 2004 وفاقت جميع التوقعات، وكان الحضور لافتاً على صعيد قطاعات صناعة الطباعة كافة بحسب السيد كاي بنتنماير الرئيس الإداري الجديد لقسم معدّات طباعة الورق ولوازمها في الاتحاد المهني للصناعات الهندسيّة (VDMA) في ألمانيا.

في العام 2005، وقّعت شركتا دايناغراف و Manroland اتفاقاً إضافياً لإنشاء مركز للصيانة وخدمات ما بعد البيع لآلات طباعة اللفائف الورقية (الويب) واتّخذوا إمارة دبي مركزاً له، وذلك بهدف خدمة جميع الصحف والمطابع التجارية في منطقة الشرق الأوسط ودول الجوار. وتقوم دايناغراف بموجب هذا الاتفاق بتأمين خدمة المهندسين المحليين وتهتم بالأعمال الإدارية ويعاونها بذلك مهندسان ألمان متدربان من Manroland مقيمان دائماً في دبي، الأمر الذي يوفّر خدمة يومية وفورية على مدار الساعة تفادياً للأعطال المفاجئة التي قد تعيق صدور الصحف اليومية فضلاً عن الزيارات الوقائية لتدارك الأعطال غير المتوقّعة.

Later that same year, Dynagraph participated in the 7th Gulf Print exhibition. The 4-day event was used by Dynagraph to demonstrate automation, integration and networking solutions. One Vision, Tera Digital Publishing, Printvis Novavision, OKS software AG and Manroland sought to showcase their prowess in workflow, Enterprise Resource Planning, cost estimation, editorial, pagination, pre-flight checking and correction, archiving and content management solutions. Printers and print publishers needed to increasingly realize gains in productivity and efficiency not only through capital investments in industrial machinery, but also through increased automation, standardization and systems integration.

Emirates Printing Press of Dubai added two Rotoman 70 commercial webfed presses to its setup in 2006, placing it in a leadership position at the forefront of the Arab magazine printing industry. Manroland's success in the Middle East helped position Dynagraph as the leading regional distributor of webfed and of sheetfed offset presses.



حفل توقيع عقد بيع آلة ويب Manroland Cromoman 70 لشركة الخليج للطباعة و النشر في الدوحة - قطر.

In 2006, signing ceremony of Gulf Printing and Publishing Company (GPPC) in Doha, Qatar for the Manroland Cromoman 70 web press.

Doha's Gulf Printing and Publishing Company (GPPC), one of the leading newspaper printers & publishers in Qatar, signed a major Cromoman 50 deal with Dynagraph, with an expected delivery date of 2007. With speeds of 50,000 copies per hour and the highest dot reproduction of its range, the Cromoman would set a new standard of printing quality in Qatar.

During the Gulf Print & Pack exhibition in 2007, Xerox, the global leader in toner-based digital printing, selected Dynagraph as its channel partner to better serve its UAE local commercial printers. Fruitful discussions resulted in the signing of a sales agreement in November 2008 under the mantra "Connect with Opportunity". Xerox and Dynagraph thus intended to combine traditional offset and digital printing as complementary technologies for on-demand, even personalized printing. This alliance would however be short-lived, with differences leading the companies to part ways in 2012.



العمل على آلة Cromoman 70 في شركة الخليج للطباعة والنشر.

Commissioning of the Cromoman 70 at GPPC.

كمكّمل تكنولوجي "للطباعة عند الطلب"، وحتى الطباعة المتخصصة. ومع ذلك، كان هذا التعاون قصير الأمد، بسبب ظهور اختلافات في وجهات النظر، لاسيما من الناحية التجارية، تسببت بفصّ الشراكة بين الشركتين في العام 2012.

مع بدء أزمة فقاعة العقارات التي عصفت بالولايات المتحدة في العام 2008 والتي طاولت تداعياتها النظام المالي العالمي، عانت صناعة الطباعة في الشرق الأوسط مرّة أخرى تحت وطأة الانكماش الاقتصادي الذي تزامن مع إطلاق تقنية الحواسيب اللوحية التي شكّلت خطراً على الوسائل المطبوعة. وعندئذ، بدأ فصل جديد من التحديات التي كان على دايناغراف مواجهتها، فكافحت للوقوف في وجه الانخفاض الحاد في الطلب على الطباعة التقليدية والمعدات المكّملة الأخرى.

وقد تبيّن أنّ الاستراتيجية التي اعتمدتها الشركة قبل سنوات للتركيز على المواد الطباعية الاستهلاكية كخطوة احترازية، كانت بالفعل قراراً حكيماً ساعدها على تجاوز هذه المرحلة الصعبة بشكل مقبول.



Signing of an added value reseller agreement with Xerox for the United Arab Emirates in 2007.

وصوّلاً إلى الأرشفة وحلول إدارة المحتوى. كان أصحاب المطابع والناشرون بحاجة إلى تحقيق المزيد من الأرباح في الإنتاجية والكفاءة ليس من خلال الاستثمار في الآلات الصناعية وحسب، بل أيضاً من خلال زيادة التشغيل الآلي للأنظمة، وتوحيدها وتكاملها لتخفيض كلفة الإنتاج.

في العام 2006، أضافت شركة الإمارات للطباعة والنشر في دبي إلى مجموعتها آلتين تجاريتين لطباعة لفائف الورق Rotoman 70، ما جعلها في طليعة المطابع المتخصصة في طباعة المجلات العربية والأجنبية. وقد ساعد نجاح Manroland في الشرق الأوسط على رفع دايناغراف إلى مصاف موزع إقليمي رائد لمطابع الأوفست المتخصصة بطباعة اللفائف والأطباق الورقية.

وقّعت شركة الخليج للطباعة والنشر (GPPC) في الدوحة، وهي إحدى أكبر مطابع الصحف ودور النشر في قطر، صفقة كبيرة مع دايناغراف تشمل آلة Cromoman 50، وكان تاريخ التسليم المتوقع في عام 2007. وتتّسم هذه الآلة بسرعة تصل إلى 50 000 نسخة في الساعة وأعلى قدرة على استنساخ النقط في مجموعتها، فأرست معايير جديدة لصناعة الطباعة في قطر.

وخلال معرض Gulf Print & Pack في 2007، اختارت Xerox، الشركة الرائدة عالمياً في مجال الطباعة الرقمية بواسطة الحبر، دايناغراف كشريك محلي يساعدها في خدمة عملائها المحليين بشكل أفضل في دولة الإمارات. وقد انتهت المناقشات المثمرة بتوقيع اتفاق حقوق البيع في شهر تشرين الثاني عام 2008 تحت شعار "تواصل مع الفرص المتاحة". وهكذا قامت Xerox ودايناغراف بجمع طباعة الأوفست التقليدية والطباعة الرقمية

With the subprime crisis of 2008 spilling over from the United States into the global financial system, the Middle East felt the impact with the printing & publishing industry bearing the brunt of the downturn, which coincided with the introduction of threatening tablet technologies. As a result, Dynagraph struggled with a sharp drop in demand for traditional printing and finishing equipment.



صورة نادرة من شركة المسار للطباعة والنشر تظهر آلة طباعة ويب Cromoman 70 متصلة مع نظام غرفة البريد من شركة FERAG في المنطقة الحرة في دبي، مدينة الإنتاج الإعلامي الدولية.

The consumable strategy pre-emptively adopted years before proved to be a wise decision, playing a large role in the company's ability to weather a particularly difficult period. Yet in the midst of this unfavourable conjuncture, Hewlett Packard, the leading industrial inkjet printing systems supplier, sought closer cooperation with Dynagraph due to its standing as a key player in the graphic arts industry. Over the following years, Dynagraph would grow its large format printing and inkjet business, working as an HP reseller throughout the Gulf.

During this period of growing uncertainty, everyone in the industry seemed to be turning to Drupa for answers. In 2008, 1,866 exhibitors from 52 countries showcased their latest products while a total of 394,478 visitors from over 138 countries attended. While the industry had grown accustomed to 5-year cyclical changes, this year would prove to be different as vendors and customers alike braced for the worst. In defiance of a challenging market climate, certain customers made bold investments.

Notably, Masar Printing & Publishing, owned by Arab media Group in Dubai, took the bold step of investing in the only six colour Manroland Lithoman 64-pages in the world. During that time, Dynagraph continued to nurture its strong reputation while beginning to look beyond its home Middle Eastern market. The company sought to identify markets further afield that possessed similar characteristics and needs.



إحسان القرى مرحبًا بوزير الإعلام الشيخ حشر المكتوم في افتتاح معرض الخليج للطباعة والتغليف عام 2007.

Ihsan El Kara welcoming HE Minister of information of the UAE Hasher Al Maktoum during the opening ceremony of Gulf printing and Packing 2007.



عام 2007 في معرض الطباعة في الخليج، دايناغراف تعرض آلات Manroland R200 E لطباعة الأطباق الورقية.

In 2007 during the Gulf Print & pack exhibition, Dynagraph brands the printing unit doors of the Manroland R200E sheetfed press on display.



أكثر من تسع من الشركات المورد المتعاونة مع دايناغراف كانوا في المعرض طيلة الأيام الأربعة.

Over 9 partners joined Dynagraph for the 4-day event.

غير أن المفاجأة اللافتة في ظل هذه الظروف الصعبة، كانت قيام بعض العملاء ببعض الاستثمارات الجريئة لاسيما "دار مسار للطباعة والنشر" التي تملكها المجموعة الإعلامية العربية في دبي، التي اشترت آلة Manroland Lithoman 64-pages لطباعة 64 صفحة باستخدام 6 ألوان وهي الوحيدة من نوعها في العالم.

ولكن في خضم هذه الظروف الصعبة، سعت شركة HP، وهي مصنع رائد لأنظمة الطباعة بالحبر النفث الصناعي، للتعاون مع دايناغراف نظراً لدورها الرائد كلاعب رئيسي في صناعة الفنون التصويرية، وعلى مدى الأعوام التي تلت، طوّرت دايناغراف عملها بشكل كبير في هذا المجال باعتبارها موزع لعلامة HP التجارية في جميع أنحاء الخليج.

خلال فترة الأزمة الاقتصادية الضبابية، بدا أن جميع المعنيين في هذا القطاع يتطلعون إلى معرض دروبا 2008 لاستكشاف معالم مستقبل هذه الصناعة. فسجّل هذا المعرض حوالي 1,866 عارضاً من 52 دولة مختلفة و394,478 زائراً من أكثر من 138 دولة. وفي حين اعتادت صناعة الطباعة على تسجيل تحديثات واستثمارات جديدة بمعدل مرة كل 5 أعوام، استعد الموردون والعملاء على حدٍ سواء لمواجهة الأسوأ.

Dynagraph also sought stronger ties with existing and new vendors in digital printing, publishing, editorial, content and asset management. To reflect this new orientation and represent its current aspirations, Dynagraph decided to revamp its corporate logo.

Following a successful trade show at Drupa 2008, which saw Dynagraph post record sales results, Gulf Print was the next crucial graphic arts event on the agenda during the early days of the financial crisis of 2007. Key players in the region's industry met in April 2009 at the Airport Expo in Dubai to showcase their latest products, with Dynagraph once again well-positioned thanks to its strategic alliances and partnerships with leading vendors.

The event was also marked by the introduction of the Manroland 50 making its Middle Eastern debut. This long-awaited small format 36/52cm sheetfed offset press provided Manroland's

long-awaited answer to competitor products. Meanwhile, in the prepress sector, Fujifilm released the Brillia PRO-V Violet low chemistry plate in the Middle East. For those four intense days, the challenging economic climate felt like a distant memory and Dynagraph's new logo shone proudly over 300sqm of exhibition space. Manroland delivered a 16-page Rotoman 65 commercial web press to United Printing & Publishing in Abu Dhabi in October 2009. Formerly known as Emirates Media Inc., this printing press had been a part of Abu Dhabi Media Company (ADMC) in the early 1970s and had gone on to become one of the largest commercial and newspaper print companies in the UAE. To continue printing the highest-quality magazines, they chose the Rotoman, Manroland's flagship commercial web press.

In 2010, Dynagraph was officially appointed as the Gulf region distributor of Flint Group, a leading provider of newspaper & commercial



In 2009, Dynagraph rents 300 sqm of space during the Gulf Print & Pack exhibition.



The Roland 50, Manroland's small format sheetfed press on display for the first time in the Middle East region.

كما تميّز هذا المعرض أيضًا بإعلان ولادة آلة Manroland 50 لأول مرة في منطقة الشرق الأوسط. وهي عبارة عن طراز صغير طال انتظاره لآلة طبع الأوفست قياس 36/52 سنتم من تصميم Manroland لمواجهة الآلات المنافسة. بالتزامن مع هذا الإصدار، أطلقت فوجي فيلم لوحة Brillia PRO-V Violet في منطقة الشرق الأوسط. وخلال الأيام المعرض الأربعة هذه، بدأ شبّح الأزمة الاقتصادية بعيدًا وأشرق شعار دايئاغراف الجديد بفخر فوق مساحة عرض فاقت الـ 300 متر مربع.

في تشرين الأول 2009، سلّمت شركة Manroland آلة Rotoman 65 تجارية لطباعة 16 صفحة متزامنة إلى الشركة المتحدة للطباعة والنشر في أبو ظبي التي كانت تُعرف في السابق باسم شركة الإمارات للإعلام. وقد نمت لتصبح واحدة من أكبر شركات الطباعة التجارية وطباعة الصحف في دولة الإمارات بعد أن كانت جزءًا من شركة أبو ظبي للإعلام (ADMC) في بداية السبعينات. واستحوذت الشركة على آلة Rotoman، وهي ماكينة طباعة إلكترونية (ويب) رائدة للمطبوعات الصحفية من تصنيع Manroland وذلك لتستمرّ بطباعة مجلاتها بأفضل نوعيّة.



جناح دايئاغراف البالغ 300 متر مربع في معرض الخليج للطباعة والتغليف عام 2009.

In 2009, Dynagraph participates in its third Gulf Print exhibition.



تركيب آلة Manroland Rotoman 65 في مطابع الامارات وهي من الشركات الرائدة في الطباعة التجارية.

Installation of the Manroland Rotoman 65 at Emirates Printing Press a leading commercial printer in Dubai.

في هذه الأثناء، واصلت دايئاغراف الحفاظ على مكانتها القوية وبدأت تتطّلع جغرافيًا إلى أبعد من سوقها التقليدية في منطقة الشرق الأوسط. وسعت الشركة إلى دخول المزيد من الأسواق التي تتوفّر فيها خصائص النمو واستعدادًا للتطور. كما سعت دايئاغراف أيضًا إلى تقوية علاقاتها مع البائعين الحاليين والمستقبليين في مجال الطباعة الرقمية والنشر والتحرير وبرامج التشغيل وإدارة الأصول. وقماشياً مع توجّهها الجديد وتطلّعاتها المستقبلية، قرّرت دايئاغراف تحديث شعار الشركة لتعكس هذا الواقع الجديد. بعد معرض "Drupa" التجاري الناجح في العام 2008 والذي سجّلت فيه دايئاغراف نتائج مبيعات قياسية، كان معرض طباعة الخليج الحدث المهم التالي على جدول الأعمال خلال الأيام الأولى من الأزمة المالية عام 2007. التقى اللاعبون الأساسيون في هذه الصناعة في نيسان 2009 في مركز معارض مطار دبي لعرض أحدث منتجاتهم، وبرزت دايئاغراف مرة أخرى بفضل تحالفاتها الاستراتيجية وشراكتها مع مصنعين رائدين.

Coldset/ Heatset offset web printing inks. Two years later the company would sign an exclusive distributor agreement with Flint Print Media for the Middle East region. This momentous deal coincided with Dynagraph and Manroland celebrating the 5-year anniversary of their web service hub in Dubai.

In 2011, Kuwait United Company (KUC) publisher of newspapers and magazines such as "Al Waseet", "Layalina", as well as the newspapers "Al Hayat", "Al Balad" and "Al Jazeera", invested in a Manugraph Cityline Express acquired through Dynagraph. The compact, single width, single circumference web offset press enabled KUC to offer its clients additional coloured pages.

Dynagraph reached a nadir in 2011, following 12 consecutive years of strong growth in the face of challenging market conditions.

During that same period, Manroland was listed under Chapter 11, sending shockwaves throughout the world of printing, and creating concern for the industry's overall resilience. The Manroland proceedings cast doubts on Dynagraph's ability to survive without it, as Dynagraph's close association with the Manroland brand turned into a liability. The firm incurred losses in millions and suffered from restrictions imposed by the insolvency administrator and the provisory management at Manroland.

Despite these setbacks, Dynagraph maintained its support to clients, addressing spare parts and service needs while committing to any terms undertaken by Manroland in order to preserve its brand image.

In early 2012, Manroland split into two separate entities: Manroland web and Manroland sheetfed systems. The change in ownership was a welcome change from the earlier controlling partnership of MAN Group and Allianz Capital.



عام 2011، حفل توقيع عقد بيع خطي إنتاج "من الكمبيوتر إلى لوح الطباعة" FFEI V8 Ctps إلى مؤسسة الإمامة الصحفية في الرياض في المملكة العربية السعودية.

In 2011, signing ceremony at Al Yamamah Printing & Publishing in Riyadh, Saudi Arabia for the order of two FFEI V8 Computer to Plate Systems with inline bending and punching.



العمل على التشغيل الأولي لخطي V8 Ctps في مؤسسة الإمامة في تشرين الثاني 2011.

Commissioning of the two V8 Ctps at Al Yamamah Printing & Publishing in Riyadh in November 2011.



العمل على مطبعة الويب، الـ Rotoman 70 التجارية،
في المطبعة المتحدة "United" في أبو ظبي.

Commissioning of the Rotoman 70 commercial web press at
United Printing Press in Abu Dhabi.

في عالم الطباعة وخلق حلاً من القلق حول مستقبل هذه الصناعة. فزادت الشكوك حول قدرة ديناغراف على الاستمرار من دون Manroland نظراً إلى ارتباطها الوثيق بها والذي تحول مع مرور الوقت إلى ما يشبه المسؤولية المشتركة. تكبدت ديناغراف خسائر بالملايين وعانت من القيود التي فرضها المسؤول عن التفليسة والإدارة المؤقتة التي استلمت زمام الأمور في شركة Manroland.

لكن بالرغم من هذه الانتكاسات، دأبت شركة ديناغراف على دعمها لعملائها، ووقّرت قطع الغيار والخدمات المطلوبة، وفي الوقت نفسه لم تألو جهداً في متابعة أي شرط تعاقدى التزمته به شركة Manroland مباشرة، رغبة من ديناغراف بتعزيز قيمها المهنية وتكريس الصورة اللامعة التي لطالما ظهرت بها.

وفي أوائل العام 2012، تم تقسيم Manroland إلى شركتين منفصلتين : Manroland Sheetfed Systems و Manroland Web Systems. وكان التغيير في الملكية موضع ترحيب بعد الشراكة السابقة المسيطرة التي جمعت بين MAN Group و Allianz Capital.

عام 2010، تم تعيين ديناغراف موزعاً معتمداً لمجموعة "Flint" في منطقة الخليج، وهي شركة رائدة لتوريد الأحبار لآلات الطباعة. وبعد مرور عامين، وقعت الشركة اتفاقاً للتوزيع الحصري مع Flint Print Media لمنطقة الشرق الأوسط. وتزامنت هذه الصفقة ذات الأهمية البالغة مع الاحتفال بالعيد الخامس لافتتاح مركز خدمات وصيانة آلات طباع اللقائق الورقية في إمارة دبي وهو مشروع مشترك بين ديناغراف وManroland.

عام 2007، استثمرت الشركة الكويتية المتحدة (KUC) وهي دار نشر لعدد من الصحف والمجلات كالوسيط وليالينا والحياة والبلد والجزيرة، في آلة Manugraph Cityline Express اشتريتها من ديناغراف، وقد سمحت الآلة بفضل محيطها المفرد وعرضها المفرد في تقديم صفحات ملونة إضافية.

عام 2011 دخلت ديناغراف في حقبة من الركود بعد 12 سنة متتالية من النجاحات والنمو القوي ومواجهة الصعاب ومتغيرات السوق. إذ أعلنت شركة Manroland ذلك العام إفلاسها وتوقفها عن الإنتاج. وقد شكّل هذا الإعلان صدمة



العام 2007: توقيع أكبر عقد نصف تجاري لشراء مطبعة ويب
من موديل Cromoman من قبل الصناعات البريطانية للطباعة
والتغليف في الكويت. الطرفان: إحسان القرى وآل مرزوق.

In 2007, British Industries signs the largest semi-commercial web order for a Cromoman single circumference press in Kuwait between Ihsan El Kara and the owners Al Marzouk.



Drupa 2012 staff picture.

Dynagraph concentrated its efforts on the Sign & Graphic Imaging Middle East exhibition in January 2011 to demonstrate its growing interest in the Middle East's Sign and Digital Graphics market following the signing of its partnership agreement with HP a year earlier.

One key success at this time was Dynagraph's sale of a Fujifilm High Speed Computer to Plate System to Al Yamamah Establishment, a leading newspaper publisher in Riyadh. Dynagraph won this coveted order, with one of the determinant factors being the installed regional base of over 90 Computer to Plate Systems and more recently a number of Low Chemical installations. This deal restored Dynagraph as one of the leading distributor of print media in Saudi Arabia.

In 2012, Dynagraph successfully wrapped up the Sign & Graphic Imaging Middle East in association with HP. This 15th edition of the trade show was a clear success as Dynagraph made progress in positioning itself as a major player in the sector. It also met success at Media

Expo 2012, a media, advertising, printing, and signage trade fair in Qatar.

Just as the worst seemed to be over and Dynagraph was focusing on adapting to the fast changing print media and communications environment, the partnership with Fujifilm began to show signs of frailty. Fujifilm, who had become, with Manroland one of Dynagraph's key partners, chose a path of its own, seeking to safeguard its corporate future in the Middle East at the expense of its most successful partnership in the region.



Dynagraph's stand at the Gulf Print & Pack in 2011.

متابعة النشاط في الشرق الأوسط بشكل مستقل، فقضت بذلك على الشراكة الأكثر نجاحًا في المنطقة. وقد أخذ هذا الانقسام ما يقارب العام ليصل إلى خواتيمه، وخلال هذه الفترة بقي اسم داياناغراف مرتبطًا بالشركات الرائدة في صناعة الفنون التصويرية. وتدرجيًا، تمكنت داياناغراف من التأقلم مع الظروف المتغيرة وراحت تعمل على تعزيز هويتها الخاصة ولم تعد تعتمد على سمعة الشركاء والبائعين الذين تتعامل معهم. فأقامت تحالفًا مع شركة Kodak مع سعيها إلى إبرام شراكة مع بائع الألواح البرازيلي IBF، ما ساهم في استعادة الشركة لدورها الريادي في هذه الصناعة.



دايناغراف في معرض Sign & Graphic Imaging في مركز دبي العالمي للتجارة عام 2012.

في العام 2011، ركزت داياناغراف جهودها على معرض Sign & Graphic Imaging لمنطقة الشرق الأوسط الذي أقيم في شهر كانون الثاني لتثيت اهتمامها المتزايد في صناعة اللافتات واللوحات الإعلانية وشاشات العرض والطباعة الرقمية في أعقاب توقيعها اتفاقية شراكة مع شركة HP في العام السابق.

ولعلّ أبرز النجاحات التي حققتها داياناغراف في هذه الفترة، بيعها لنظام الطبع من الحاسوب إلى لوح الطباعة الفائق السرعة من Fujifilm لمؤسسة اليمامة وهي شركة رائدة في نشر الصحف في الرياض. وقد فازت داياناغراف بهذه الطلبية بفضل سجلها الحافل في هذا المجال حيث قامت بتركيب أكثر من 90 نظام طبع من الحاسوب لوح الطباعة (سي تي بي) ومؤخرًا لعدد من أجهزة التحميص التي تعمل بأقل كمية من المواد الكيميائية. وقد أعادت هذه الصفقة داياناغراف إلى الواجهة باعتبارها واحدة من أهم الشركات الرائدة في توزيع آلات الطباعة في المملكة العربية السعودية.

عام 2012 شاركت داياناغراف في معرض Sign & Graphic Imaging لمنطقة لشرق الأوسط بالتعاون مع HP. وحققت الدورة الخامسة عشرة لهذا المعرض التجاري نجاحًا مهمًا وقد برزت من خلاله كلاعب أساسي في هذا القطاع. كما لاقت النجاح أيضًا في معرض وسائل الإعلام 2012، وهو معرض تجاري لوسائل الإعلام والإعلانات والطباعة واللافتات في قطر. وفي الوقت الذي بدا فيه أن الأسوأ قد مضى، وعندما بدأت داياناغراف تركز على التكيف مع التغيير السريع في عالم وسائل الإعلام والتواصل، بدأت شراكها مع فوجي فيلم تظهر علامات الضعف والوهن. فقد اختارت Fujifilm، التي كانت مع شركة Manroland، وهي من أهم الشركاء الرئيسيين لدايناغراف،

The split would take almost a year to complete, during which Dynagraph sought to reduce its dependency from existing vendors and assume its own identity.

Meanwhile, a new cooperation with Kodak would see the light of day and allow Dynagraph to reclaim its leadership as a supplier of prepress equipment and consumables in the Gulf market.

Dynagraph's history mirrors that of many Lebanese firms eager to define and maintain their individual identities. With every tragedy and setback encountered on its journey, Dynagraph grew stronger and more emboldened, often to the dismay of bewildered competitors.

We are proud of our standing as uncontested regional leader in the supply of print media equipment, consumables and services. Having depended on partnerships with key vendors for too long, Dynagraph has now embarked on a path of non-alignment, choosing to independently forge its own destiny as it marks its 60th anniversary. Dynagraph's strengths today lie in its diversity, its broad product portfolio of leading global brands, its tradition and continuity, its longevity, its devotion to service as well as its technical and market expertise.

Under the leadership of Antoine El Kara, Dynagraph's new generation is well aware of the upcoming challenges and the future the print media industry which hangs in the balance. It is also humbled by the strong precedent set by



Today Dynagraph serves the Gulf region through its Dubai subsidiary Dynagraph for Printing Industry LLC located in Al Quoz Industrial Area.

Ihsan El Kara and his senior colleagues, and of the need to maintain the company's impeccable reputation while weathering difficult economic conditions. However, with an unwavering passion for print and an unrelenting drive to provide its clients the best service possible, Dynagraph can always turn to its proud history for inspiration when overcoming adversity and perpetuating the brand name.

حلول الذكرى الستين لتأسيسها. تكمن قوّة دايئاغراف اليوم في تنوّع خدماتها وتاريخها العريق المرتبط بأبرز المماركات العالمية الرائدة وأخلاقياتها وتقاليدها واستمراريتها وكفاحها وتفانيها في الخدمة بالإضافة إلى خبرتها الفنية المرموقة ودرايتها العميقة بالسوق.

بقيادة أنطوان القرى، يدرك الجيل الجديد في دايئاغراف التحديات الكامنة في مستقبل صناعة وسائل الإعلام المطبوعة. كما يقف بإجلال أمام الأساس القوي الذي بناه سابقاً إحسان القرى وزملاؤه الكبار، ويحرص بكل مسؤولية على الحفاظ على سمعة الشركة التي واجهت الظروف الاقتصادية الصعبة بعزم وإصرار وتخطتها.

بفضل شغفها اللامحدود في صناعة الطباعة وسعيها لتوفير أفضل خدمة ممكنة لعملائها بلا كلل ولا ملل، يمكن لشركة دايئاغراف أن تعود دائماً إلى تاريخها العريق لتستمد منه الإلهام في مواجهة الشدائد ورفع اسم الشركة عالمياً والمحافظة على استمراريته لسنوات عديدة قادمة.

يعكس تاريخ دايئاغراف مسيرة الكثير من الشركات اللبنانية الحريصة على تحديد هويتها الخاصة والحفاظ عليها. ومع كل مأساة وانتكاسة واجهتها في هذه الرحلة، كانت تزداد قوة وجراً في وجه الرياح العاتية وتزيد من حيرة منافسيها ومن استيائهم.

نحن فخورون بكون الشركة لاعباً رائداً من دون منازع في مجال تأمين معدات الطباعة والمواد المكملّة لها وخدمات ما بعد البيع على المستوى الإقليمي. وبعد اعتمادها لفترة طويلة جداً على شراكتها مع موردين وبائعين رائدين، اختارت دايئاغراف أخيراً عدم الانحياز لأي منهم ورسم ملامح قدر مستقل خاصاً بها مع



مركز دايئاغراف اللوجستي في المنطقة الحرة الدولية للإنتاج الإعلامي IMPZ في الإمارات.

Dynagraph's logistic center in the International Media Production Free Zone.



تقدّم دايئاغراف لصناعة الطباعة ش.م.ل. المتواجدة في مدينة الإعلام الدولية المنطقة الحرة دعماً لوجستياً لمنطقة الخليج.

Dynagraph for Printing Industry s.a.l. located in the International Media Production Free Zone offers most of the logistical support for the Gulf.

A close-up photograph of a person's hand operating a blue handle on a black industrial machine. The machine has various components, including a motor and a control panel. The background is blurred, showing a workshop or factory setting.

CHAPTER NINE

Navigating the future of print

Printing in the age of digitalization

مستقبل الطباعة إلى أين

الطباعة في عصر الرقمية

Many things have rocked Dynagraph in the past twelve years, causing seismic changes on microcosmic and macrocosmic levels: from a region struck by a turbulent whirlwind of unrest to a world hit by a pandemic, and massive upheaval in the print industry at large.

Dynagraph's rollercoaster began in Spring 2010 with a series of anti-government protests and uprisings that set off a chain of events in the Arab world. In 2011 a violent civil revolt burst onto the

streets of Syria, leading to an armed rebellion, mass migration, and economic meltdown. Up to that point, Dynagraph had been successfully dominating Syria's print media industry for 4 years in a row, but this situation crushed local sales and services, sparking a major setback.

Just like dominions, when a piece falls, another tumbles. Iraq found itself in the grips of civil unrest in 2014, triggering an unprecedented and prolonged war that raged in the Near



Dynagraph resumes its operation from its new premise in September of 2021

في عام 2018، وبينما لا تزال الاضطرابات الإقليمية مستمرة، قامت دايناغراف، وبالشراكة مع "كانون الإمارات" بتوريد وتركيب وتشغيل خط رقمي كامل وآمن لإنتاج أوراق الامتحانات من رول في United Printing Press في أبو ظبي لخدمة نظام التعليم العام المحلي.

في العام نفسه، بدأت دايناغراف أعمالها في مكتبها الجديد في الخليج، ومركزها اللوجستي في مدينة الإنتاج في دبي، المعروفة سابقاً باسم المنطقة الحرة للإنتاج الإعلامي الدولي.

ومع استتباب الأوضاع الأمنية في الشرق الأدنى، في ربيع عام 2019، انتعشت آمال دايناغراف بتحسّن إقليمي وشيك، لكن أحداث تشرين الأول/أكتوبر من العام نفسه، والاحتجاجات الجماهيرية، وتعرّض المصارف والانهيار الاقتصادي المتدرج مع تداعي المرافق العمومية والحكومية، ضربت القطاع الخاص في لبنان في الصميم. فتقلّصت الاستثمارات وضاعت حتى ساد انكماش وأزمة اقتصادية من الأسوأ في العالم منذ زمن طويل.

نتيجة ذلك، تواجه دايناغراف أكثر أعوامها المالية تحدياً حتى الآن. وفي محاولةٍ للحفاظ على إرثها، تمّ اتخاذ القرار بنقل المقرّ الرئيسي لشركتها من مسقط رأسها في بيروت إلى دبي حيث ستتكب في السنوات القادمة على إعادة التفكير في نموذج أعمالها، وضمان استمرارية نشاطها وتفعيل قدراتها التنافسية وبالتالي نجاحها. غير أنه كان من الصعب التحسّب لما حملته الأشهر التالية.

إذ في عام 2020، كان لتفشّي فيروس كورونا آثار اجتماعية واقتصادية بعيدة المدى. هذا الطارئ الصحي الذي نتج عنه

أدت أحداث العامّين 2010 و2011 في بعض الدول العربية، ومن بينها سوريا، إلى انتكاسة كبيرة للأسواق الواعدة لدايناغراف فتراجعت مبيعاتها وأنشطتها الخدمائية، بعدما كان للشركة على مدى أربع سنوات الحضور الأبرز والأقوى في تأمين وتجهيز سوق الطباعة والتغليف بأحدث الآلات والتكنولوجيا لتزويد الطابعات التجارية العامة، والكتب، والكروتون القابل للطبي، وطابعات التغليف المرنة، والملصقات، بالطابعات الأحدث في حلول طباعة.

وعندما امتدت الأحداث عام 2014 إلى العراق، وتوسّعت على مدى السنوات الخمس التالية، لتشمل جميع أنحاء الشرق الأدنى، تأثّرت جميع الأنشطة التجارية والخدمائية وتعطلت بالكامل تقريباً كانت النتيجة المزيد من التخلف الاقتصادي.

في ظلّ هذه الاضطرابات الإقليمية والحرب وما نجم عنها من انهيار اقتصادي، كان على دايناغراف أن تعيد تقييم الأوضاع المستجدة والتساؤل عن مستقبل الطباعة.

بعد هذا التقييم، قرّرت دايناغراف سنة 2017 أن تخطو خطوة جريئة من خلال استثمار مواردها في صناعة الطباعة الثلاثية الأبعاد التي تشهد نموّاً سريعاً. وبالشراكة مع HP 3D، تمّ افتتاح مركزٍ لنقل تكنولوجيا تصنيع المواد المضافة الثلاثية الأبعاد.

تقدّم HP 3D MultiJetFusion إلى السوق حلاً يُعتقد أنه سيحدث ثورة في التصميم والنماذج الأولية والتصنيع، في سوق غارق بالفعل بتعدّد الحلول المعروضة.

East for the next five years. This brought trade and services to their knees and the economy crumbled. Dynagraph was pushed into a wild sea of uncertainty about the future of print in the region.

Ready to navigate the high tides and anchor itself in a new era, Dynagraph faced these regional challenges head on by partially shifting its attention to more stable markets and future proof areas of print with potential for the future. In 2017 it invested in the fast-growing 3D printing industry. Soon after becoming regional resellers of HP 3D, Dynagraph opened a 3D Additive Manufacturing Technology Transfer Center in Dubai and launched HP's 3D MultiJetFusion solution in the Middle East market. This trailblazing solution set Dynagraph on a course to revolutionize design, prototyping, and manufacturing in a marketplace already

saturated with established solution providers.

In 2018 Dynagraph sailed ahead, partnering with CANON Emirates to commission a digital continuous feed and inline finishing system for the secure production of exam papers for the local schooling system at United Printing Press, Abu Dhabi.

That very year, despite the great financial risk, Dynagraph began groundworks on its new Gulf office and logistics center in Production City, Dubai. By spring 2019 things were looking up with a period of calm sweeping across Iraq and Syria. But this was only the calm before the storm. In October, mass protests in Lebanon erupted, set ablaze by years of governmental mismanagement and corruption. The country was dragged into a downward spiral and the economy sank, forcing Dynagraph to face its biggest challenge yet.

To stay afloat, preserve its legacy, reassure its partners, and ensure uninterrupted operations, Dynagraph relocated its headquarter from its Beirut birthplace to Dubai.

But an unexpected tsunami hit the world in 2020, the COVID-19 pandemic, bringing with it a grave socio-economic aftermath.

The pandemic ravaged and disrupted life, businesses, and the graphic industry as we know it. The lockdowns impacted PoS (point



Dynagraph Inauguration of the 3D Additive Manufacturing Technology Transfer Center

لم تمت"، فالتطور في تكنولوجيا الطباعة سيقدم لهذه الصناعة مستقبلًا مشرقًا في المستقبل، إذا اختار المرء تبني أفكار وسائل الاتصال والتواصل المبتكرة التي تتجاوز خياله.

وبينما يتحدى الدفع المستمر نحو التقنيات الذكية صناعة الطباعة ككل، تساعد المنتجات والميزات الجديدة على تلبية الطلب الرقمي.

تظهر الأرقام أن كميات الطباعة تتناقص سنويًا، لكن من غير المرجح أن تختفي الطباعة الورقية تمامًا، على الرغم من أن التحول نحو زيادة الكفاءة والرقمنة سيكون أمرًا حيويًا في السنوات الخمس المقبلة.

وفي أية حال، فإن تأثير عصر التحول الرقمي سيكون دائمًا، كما هي الحال مع النشر والطباعة التجارية حيث ستشهد انخفاضًا في كميات الصحف المطبوعة وغير المطبوعة والخالية من الخشب..

وبالتالي، فإن الاتجاه الرائج، هو نحو اعتماد أسرع لتقنية الطباعة الرقمية، حيث يمكن التحكم بالموصفات الدقيقة المطلوبة وطباعة كميات قليلة. علاوة على ذلك، أدى تصاعد الضغط من أجل الاستدامة البيئية، والالتزام بالضوابط المفروضة، إلى زيادة الوعي ورغبة مالكي العلامات التجارية في تقليل التأثير البيئي والبصمة البيئية للتغليف والكرتون القابل للطباعة والملصقات وطابعات الويب فليكسو ذات المقاسات الكبيرة. لقد باتت علب الكرتون، والملصقات وطباعة الفلكسو ملزمة باعتماد أحدث تقنيات الطباعة الرقمية، بما أن كميات أفلام التغليف والكرتون لا تزال مرنة.

وضع اقتصادي متشجع ومنكمش إلى حد كبير، تصاعد في اتجاهات غير متوقعة وكان له تأثير مدمر ومدمر للغاية على صناعة الطباعة كما نعرفها.

وبينما كانت داياناغراف ماضية في عملية التفكير في مستقبل الطباعة، مضت في استكمال مشروع تاريخي، بتسليم وتشغيل، بالشراكة مع Muehlbauer و Kodak و manroland، لخط كامل لإنتاج بطاقات الهوية الإماراتية وجوازات السفر في United Security Printing في أبو ظبي.

في أيلول/سبتمبر 2021، نقلت داياناغراف عمليات البيع والخدمات المحلية والصيانة إلى مكاتبها الجديدة في مدينة الإنتاج. وخلال العام نفسه، ساعد الطلب المتزايد على عبوات الكرتون القابلة للطباعة على إعادة تكريس نفسها كمورد إقليمي رائد للطباعة المسبقة والطباعة وما بعد الطباعة. وفي الوقت نفسه، على عكس المعتقدات السائدة، تبين أن "الطباعة



أحدى الفعاليات في المقر الجديد لشركة ديناغراف في مدينة دبي للإنتاج

Inauguration of Dynagraph Gulf FZ LLC's new facility in December of 2021, Production City, Dubai



Inauguration of Dynagraph Gulf FZ LLC's new facility in December of 2021, Production City, Dubai

of sale) and wide-format display graphics as people stopped visiting shops, restaurants, and hotels compared to the pre-Covid-19 period. Dynagraph was thrown into the deep ocean of uncertainty yet again, but didn't stop moving forward and successfully completed a landmark project in partnership with Muehlbauer, Kodak, and manroland: the delivery and commissioning of an end-to-end solution for the production of

the Emirates' identity cards and passports at United Security Printing in Abu Dhabi.

The mood became joyous in September 2021 when Dynagraph finally moved its local sales and service operation to its new offices in Production City. Later that year another reason to celebrate emerged: the growing demand for folding carton packaging helped Dynagraph reposition itself as the leading regional supplier of pre-print, print, and post print. Shattering widespread beliefs, this proved "printing is not dead" and that advances in the industry have a bright future thanks to evolving print technology and companies that are keen to embrace innovative media and communication ideas.

As the constant push towards smart technologies continues to challenge the entire printing industry, Dynagraph is ready to embrace new products and features to satisfy the digital demand. This is testament that declining printing volumes doesn't mean paper printing is likely to entirely disappear, although a shift towards greater efficiency and digitization is required. In this era of digital transformation, certain changes will be permanent and Dynagraph is posed to respond to this. The falling volumes in publishing and commercial printing of Newsprint, coated, uncoated mechanical and woodfree. A faster adoption rate of digital printing technology for customization. The trend of shorter runs. Developments as the pressure for



جمال كنعان وAntonou القرى خلال افتتاح شركة ديناغراف الخليج

Jamal Kanaan, General Manager, Dynagraph Gulf FZ LLC, and Antoine El Kara, December 2021

المعدّات الرئيسيين، واضطر المنظمون إلى إلغاء الحدث المحدّد وإعادة جدولته لعام 2024.

الخبر السار هو أن التجارة الإلكترونية بالمقارنة بمرحلة ما قبل الجائحة، هي في ازدياد. لم يكن هناك وقت أفضل لمجال التعبئة والتغليف من اليوم مع توافر مزيج من الاستخدامات والبيئات حيث يتم بيع وشراء المنتجات. فتحت منصّات وسائل التواصل الاجتماعي سبلاً أمام العلامات التجارية الكبيرة والصغيرة لبيعها مباشرة للمستهلكين، مما يمثّل تحدّيًا لبيئات البيع بالتجزئة التقليدية. يسمح نموذج التجارة الإلكترونية مباشرة إلى المستهلك، للعلامات التجارية بالوصول غير المحدود للعملاء

لقد كان لفترات الإغلاق تأثير كبير على نقاط البيع (PoS) ولوحات الإعلانات العريضة حينما توقّف الناس عن زيارة المتاجر والمطاعم والفنادق مقارنة بفترة ما قبل Covid-19. وقد باتت اليوم "ما وراء اللافتات" مجالًا جديدًا ومربحًا للطباعة على البنية التحتية الثابتة، من محطات الحافلات وأغطية المباني إلى قوائم الجدران شبه الدائمة وورق الحائط في المطاعم.

للأسف، من منظور مبيعات الآلات، كانت "دروبا" ضحية كبيرة. بذلت محاولات عدّة لإعادة تنظيم أكبر معرض تجاري للطباعة في العالم، ولكن من دون جدوى. انسحب معظم مصنّعي

environmental sustainability increases alongside new regulation, heightened awareness, and the drive to minimize environmental impact and the ecological footprint of packaging. Folding carton, label, and wide web flexo printers having to adopt the latest digital printing technologies since packaging film and board volumes remain resilient. And the rise of beyond signage, the lucrative new realm of printing on fixed infrastructure, from bus shelters and building wraps to semi-permanent wall menus and wallpaper at restaurants.

With e-commerce in full-swing compared to the pre-pandemic epoch, the volume of e-commerce packaging has gone up, which is good news for the industry. There has never been a

more important time for packaging than today because of the diverse ways products are bought and sold. Social media platforms have opened

doors for small and large brands to sell directly to consumers, challenging the traditional retail space. The direct-to-consumer e-commerce model empowers brands with unlimited customer reach and control over branding in contrast to the business-to-consumer e-commerce model where brands don't control this or customer communication. And although designing successful packaging for direct-to-consumer e-commerce is challenging since packaging must be optimized to secure the product, make a good impression, and be environmentally friendly, the future is promising.

By prudently steering through the sea of regional instability, unexpected global challenges, changing consumer behavior, and industry developments driven by technology, Dynagraph is writing the next chapter in its history while keeping with its traditions.

والتحكّم بالعلامات التجارية مقابل نموذج التجارة الإلكترونية من شركة إلى مستهلك حيث لا تتحكّم العلامات التجارية بالتسليم أو التواصل مع العملاء.

وإحداث انطباع جيد وأن تكون صديقة للبيئة.

في زمن الاضطرابات الإقليمية والحرب والانهيار الاقتصادي، تكتب ديناغراف الفصل التالي من تاريخ الشركة مع الحفاظ على تقاليدها، فيما هي تتابع بكثير من الاهتمام التساؤلات والدراسات عن مستقبل الطباعة.

يُعدّ تصميم عبوات ناجحة للتجارة الإلكترونية المباشرة إلى المستهلك أمرًا صعبًا حيث يجب تحسين العبوة لتأمين المنتج



إحسان القرى وأنطوان القرى

Antoine El Kara and Ihsan El Kara



Tributes



Bernd Daiber

Business Director, Cyrel®
Packaging Graphics, Europe,
Middle East & Africa

Dynagraph & DuPont: a long-term successful Partnership serving the Graphics Arts Industry in Middle East

Dynagraph and DuPont can look back to an almost 50 year's history of successful common business: Both companies always closely cooperated not only in the claim to lead, but also in our ability to sustain the radical changes the graphic industry was undergoing in the last 20 years.

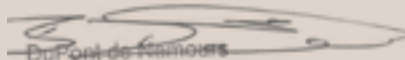
In a world where change is the dominant constant, the ability to innovate has become a key prerequisite for success. We always recognized Dynagraph not only for effectively combining tradition and innovation, but also for being a pioneer and reliable partner in times when making business in the Middle East was still considered "exotic" for Western companies.

Dynagraph's holistic approach of combining great products with professional 1st class service and training was never raised to question. In your company, we have seen the wisdom to see that path as well as the courage to follow it also in times of political turmoil in certain countries.

We enjoyed doing business with you in past and in the many years to follow.

In profound friendship and collegiality, we wish Dynagraph the very best and a bright success for all your future plans and activities.

DuPont de Nemours (Deutschland) GmbH



DuPont de Nemours
(Deutschland) GmbH
Hugenciusallee 175

Business Director, Cyrel® Packaging Graphics

Europe, Middle East & Africa

شَهَادَاتُ تَقْدِيرٍ



السلام عليكم و رحمة الله و بركاته

يطيب لي بمناسبة مرور 60 عام على تأسيس شركتكم العامرة، أن أزف إليكم أسمى آيات الثناء و العرفان لشركتكم الرائدة في مجال خدمات الطباعة، وعلى الدعم والمساندة التي وجدناها منكم خلال علاقتنا التجارية الطويلة و المميزة و التي امتدت لعقود، حيث كان لها الأثر الفعال في تطوير صناعة الطباعة في شركتنا خاصة و في منطقة الخليج بصفة عامة.

نتمنى لكم دوام التوفيق ومزيدا من التقدم والازدهار،

مع جزيل الشكر.

صالح بن علي عبدالله الصانع

المدير العام للشركة

ع / آل الصانع

صالح بن علي عبدالله الصانع

المدير العام للشركة

ع / آل الصانع

Kai Büntemeyer
 Managing Partner
 Kolbus GmbH &
 Co.KG CEO
 Kolbus Group

KAI BÜNTEMEYER
Geschäftsführender Gesellschafter

KOLBUS.

Dynagraph 60 Years

Dear Reader,

Thinking about Dynagraph and its history, my mind goes back about a quarter of a century, a time when I was about to embark on something like a second career. Disruptive changes were sweeping through the German engineering industry and our company, Kolbus, was not spared. One of the consequences was that I had to vacate my drawing board in the engineering department and report for duty in sales. Times were rather turbulent, and I had to find my own way. A friendly colleague passed on best wishes from the boss and gave me a list of francophone countries that were to be my future sales territory. And, "by the way, please also take care of Kara." Unbeknownst to me, that meant that I was going to be responsible for our business relations with the house of Youssef Kara and Fils of Beirut, Lebanon and sales in the huge territory in the Middle East in which they represented Kolbus.

Shortly afterwards, I began working on projects together with managers from the house of Kara, very often entertaining customers on excursions to German factories. Almost immediately, I appreciated their professionalism, dedication and spirit. And I remember, within a few months of our first encounter, landing at the old airport in Dubai together with Ihsan Kara, in the middle of July and steaming heat, to spend a week patiently nursing a giant project for a printing company in the Emirates. Many common endeavours followed, of which I have fond memories. Not necessarily always, but very often successful.

About 10 years after our first arrival in Dubai, I again landed there. This time, I came as Chief Executive Officer of Kolbus, there was a new, giant airport, Dubai had changed beyond recognition and Youssef Kara and Fils had metamorphosed into Dynagraph. A new showroom was inaugurated and was a very tangible symbol for the company's capabilities and strong leadership.

I find it hard to believe that another 15 years have passed since then. The printing industry worldwide has suffered the worst structural crisis since its inception. And, among the companies that have managed to stay on course and not only survive, but also remain capable of shaping the future of its business, is of course Dynagraph.

For our company, Kolbus, and myself, Dynagraph has always been and will continue to be the ideal partner for providing complete and impeccable service for customers in the Middle East. Safeguarding the best interest of customers and suppliers alike is pre-requisite for sustainable long term business and has always been the hallmark of Dynagraph's management. Dynagraph personnel always leave a lasting impression of both professional knowledge and customer orientation.

Personally, I look forward to working on future challenges in the service of the printing industries together with Dynagraph's owners, managers and staff.

I extend my heartfelt congratulations to the Kara family for their proud achievement and wish them all the best, success and prosperity for the future.

Sincerely yours,
 Kai Büntemeyer
 Managing Partner, Kolbus GmbH & Co. KG
 CEO, Kolbus Group



بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين الذي أنزل القلم وعلم الإنسان مالا يعلم وأنزل على رسوله سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم (اقرأ باسم ربك الذي خلق).

عندما كنت معيداً بكلية الشريعة في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض وذلك قبل أربعين عاماً، أتذكر تلك النهضة العلمية والأدبية وما رافقها من ازدهار النشاط الأدبي والتأليف ونشر الدراسات والبحوث، وشيوع تحقيق امهات الكتب الإسلامية والتراثية، والمترجمة من اللغات العالمية الحية. في ذلك الوقت أدركت أهمية وجود مطبعة عصريّة تخدم المؤلفين ودور النشر الراغبين في رفد المكتبة العربية بالعناوين الجديدة النافعة.

ومع بدايات وجود القطاع الخاص في ذلك الوقت الذي بدأ فيه قوياً بخطوات كبيرة نحو بناء منظومة تجارية قائمة على أسس مؤسسة قوية، أدركت أن القطاع الخاص هو المحفل من يحقق كل أمنيّات وأحلامنا وبادرت بإنشاء مطبعة قائمة على أسس علمية تجارية لخدمة قطاع التأليف والنشر ثم الدخول في عالم المكتبات والنشر وطباعة الكرتون وعبوات التغليف.

كانت رحلة طويلة فيها من الصعوبة الكثير فبحث في عالم الصناعة عن أفضل المعدات في قطاع الطباعة، وكنت في ذلك الوقت أعرف اليسير عن عالم الطباعة بما في ذلك الأحبار والورق ومختلف مواد الطباعة، وشاء الله العليّ القدير أن التقى بالأخ العزيز إحسان القرى الذي كان الوكيل الناصح الممثل لشركة مان رولاند الألمانية التي تعد من الشركات الرائدة في قطاع معدات الطباعة.

بدأت العلاقة تجارية صرفة ومع مرور الوقت تحولت إلى لغة مبادلة بين كياتين صناعيين كان نعم الأخ والمستشار الأمين في كل مراحل صناعة الطباعة في العبيكان، وتطورت صناعة الطباعة واستحدثت العبيكان خطوط إنتاج جديدة وطبعت ملايين الكتب التعليمية والأدبية والعلمية والدراسية، واليوم بفضل من الله تملك العبيكان أكبر وأفضل مكائن الطباعة إلى جانب أكبر خطوط إنتاج مواد التغليف في منطقة الشرق الأوسط. فشكراً للصدّق إحسان القرى التي بدأت علاقتي به من مستوى تجاري لتتطور مع الوقت ومع الثقة المتبادلة إلى صداقة شخصية مع العبيكان.

أسأل الله العليّ القدير التوفيق لأخي وصدّيقي إحسان في حياته.

فهد عبدالرحمن العبيكان
رئيس مجموعة العبيكان للاستثمار

د. فهد عبدالرحمن العبيكان

رئيس مجموعة العبيكان

للإستثمار

To,
Mr. Antoine El Kara
Dynagraph for Printing Industry
Subject: Article on Dynagraph

Khaled Abdulla Yousef
CEO, Majan Printing
and Packaging

Majan Started off as a Printing and Packaging Company with the aim to provide a Packaging solution to the companies in the region. Way back in 1995 Majan made a conscious decision to invest in Printing machines and that is when we came into contact with Youssef Kara and Fils Company now known as Dynagraph. We started off in a modest scale with just 2 Man Roland Printing Machines and over the years we started with more machines and replacing the aging ones with better and technological advance ones as we believed in investing wisely. Now we have 6 Man Roland Printing Machines with another one in the pipeline.

It's been 20 years since the extraordinary relationship with Dynagraph began and there has been no turning back. UAE has been growing at a fast pace and we took up the challenge to increase our capacities and this is where Dynagraph stepped in and the business relationship blossomed into partnership.

Majan always valued their suppliers as they were the backbone of our phenomenal growth. We grew over the years and now we cater to the growing global markets.

The excellent support received from the dynamic Dynagraph team cannot be overlooked as they were instrumental in our growth and helped us to break records year after year. When we invested in printing machineries we were wary of the after sales service and this is where Dynagraph exhibited their forte. At short notice their sales and service team used to respond and also to ensure the smooth running of the machines and availability of spares.

Today it's a testimonial of the growing partnership between both the companies and we sincerely hope there would be many more opportunities in the years to come.

Khaled Abdulla Yousef
CEO



www.majan.com



manroland sheetfed GmbH, P.O. Box 101256, 63112 Offenbach, Germany

DYNAGRAPH for Printing Industry S.A.L

Rafael Penuela Torres

CEO

Manroland

Dear Sirs,

It's the tale of an extraordinary journey of a German supplier of offset printing equipment manroland and its sales and services partner Youssef Kara & Fils that dates back to 1967 and resulted in one of manroland's most successful and longest lasting partnership in the company history.

Dynagraph's resilience under the management of Mr. Ihsan Kara is driving force behind manroland's leadership in sheetfed in a region torn by conflict and looming uncertainty. Its success can best be described as finding the right balance between manroland's best interest and that of the customer.

Today manroland is pleased to rely on Dynagraph's partnership in a difficult market environment and leverage on its past achievements.

We want to congratulate Dynagraph on their 60 years anniversary and look forward to other years of thriving cooperation.

Sincerely yours,

A handwritten signature in dark ink, appearing to be "R. Penuela", written over a light blue horizontal line.

Rafael Penuela Torres
CEO

Acknowledgment

Antoine El Kara
Chief executive officer,
Dynagraph Holding s.a.l.

I would like to express my appreciation to past and present colleagues for devoting their time to help me write a moving story.

This is an extract of Dynagraph's proud history that stretches over 70 years. It's devoted to Ihsan El Kara for his achievements in keeping with a family tradition and vision while leading the way to Dynagraph's success.

I am grateful to the designers, the editor, the copywriter, the printer, the binder who provided the perfect blend of knowledge and skills that went into authoring, designing and producing this book.

I wish to equally recognize our customers and thank them for their trust since after all it is them who have made this journey possible.

In fact this book is dedicated to the region's printing community that has helped meet the Middle East's printing requirements and helped elevate the name of Dynagraph as the region's leading distributor of graphic arts solutions.

رِسَالَةُ شُكْرٍ

أنطوان القرى

المدير التنفيذي،
مجموعة دايناغراف ش.م.ل.

أود الإعراب عن شكري العميق وتقديري لجميع الزملاء الذين تركونا وللعاملين معنا حاليًا الذين قدّموا من وقتهم للمساهمة في صياغة هذا الكتاب المعبّر.

هذه الصفحات نبذة عن التاريخ العريق لمجموعة دايناغراف الممتد على مدى 70 عامًا. وهي عربون وفاء وتقدير لإحسان القرى لإنجازاته وللإيمان بهذا المشروع العائلي الضخم والمضي به وإيصال مجموعة دايناغراف إلى النجاح الذي حقّقته.

أشكر جميع الأشخاص الذين عملوا على تنفيذه من فنيين غرافيين ومحرر ومدقق ومنقح لغوي ومتخصص طباعة، وقد برهنوا عن معرفة معمقة ومهارات لصياغة هذا العمل وطابعته.

أشكر أيضًا عملاءنا وأنا ممتن لهم للثقة التي أولونا إياها فلولاهم لما كنا هنا.

وأهدي هذا الكتاب إلى جميع العاملين والمقرّرين في قطاع الطباعة في المنطقة، إذ وبفضل تفانيهم ساعدوا في نقل الشرق الأوسط إلى مصاف أهم المناطق من ناحية معايير الطباعة وفي رفع اسم دايناغراف عاليًا.

Dedication



We wish to dedicate this book to Mrs. Diana Hanania El Kara daughter, sister and mother of two who lost her battle with breast cancer, six years after her first diagnosis.

We could not have wished for a better sister; we could not have asked for a purer soul. Diana embodied all that is good in this world, all that is kind, all that is brave, all that is wise and all that is hope. She kept her suffering for herself not wishing to trouble us. She begged not to inconvenience us. That is who she was and that is how she will be remembered.

We took the time with her for granted, we wrongly expected her to win her fight, we wrongly assumed we would grow old together.

May God have Mercy on her Soul.

الإهداء

نهدي هذا الكتاب إلى السيدة ديانا حنانيا القرى الابنة والشقيقة والأم لطفلين، التي خسرت معركتها مع سرطان الثدي، بعد ست سنوات من تشخيصها لأول مرة به.



لا يسعنا أن نتمنى أختًا أفضل ولا روحًا أنقى. تُجسّد ديانا كل ما هو خير في هذا العالم، وكل ما هو لطيف وكل ما هو شجاع وكل ما هو حكيم وكل ما هو أمل. كانت تتألم بصمت كي لا تُقلقنا. تضرّعت إلى الله كي لا تضايقنا. هكذا كانت وهكذا سنظلّ نتذكرها.

ما راودتنا فكرة أنّ الوقت سينتهي يومًا، وما أصبنا حين اعتقدنا أنّ النصر سيكون حليفها، وافترضنا خطأ أنّنا سنشيب سويًا.

رحمة الله على روحها.

All photographs copyright 2022 © Dynagraph

Photo Credits

P.12 & 15 © Historical Archive of MAN Augsburg

P.13, 1st photo © Specimens include one written on deerskin and printed in Europe in 1694, Ayesha Mir/Express, tribune.com.pk

P.13, 2nd photo © Sader Publishers « *Printing in Lebanon and the Orient* »

P.14 © jmwk / Flickr.com, under Creative Commons Licence

P.18 © Raidy Printing Press

P.19, 1st photo © Sader Publishers « *Printing in Lebanon and the Orient* »

P.19, 2nd photo © Al-Tibaa Magazine, Issue #11, 2013

Bibliography

The History of printing has inspired many writers, columnists, commentators, novelists, and essayists, both Lebanese and foreigners. The following bibliography refers to works that have helped us sharpen our research.

Anderson, Benedict (2006), *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London: Verso, Revised Edition.

Bacon, Francis (1620), *Novum Organum (New Organon), Liber Primus, CXXIX* – Adapted from the 1863 translation. The New Organon was the second part of Sir Francis Bacon's *Instauratio Magna*, published in England.

Collectif (1981), *Arabic and the Art of Printing: A Special Section*, Saudi Aramco World, print edition.

Eisenstein, Elizabeth L. (1980), *The Printing Press as an Agent of Change*, Cambridge University Press.

Febvre, Lucien; **Martin**, Henri-Jean (1997), *The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450-1800*, London: Verso.

Gerhardt, Claus W. (1978), *Besitzt Gutenbergs Erfindung heute noch einen Wert?*, Gutenberg-Jahrbuch.

Man, John (2002), *The Gutenberg Revolution: The Story of a Genius and an Invention that Changed the World*, London: Headline Review.

McLuhan, Marshall (1962), *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* (1st ed.), University of Toronto Press.

Sader Publishers (2009), *Printing in Lebanon and the Orient*, Beirut World Book capital city 2009.

Wolf, Hans-Jürgen (1974), *Geschichte der Druckpressen* (1st ed.), Frankfurt, Main: Interprint.

Dynagraph

dynagraph.net