

Świat Poligrafii

www.swiatpoligrafii.pl

kwiecień ■ 04/2007 (58) ■ cena 12 zł

Sztuka wojenna w biznesie

Co jest najważniejsze w walce konkurencyjnej na rynku poligraficznym?

Druk

■■■ Gallus w Formice

Nasi ludzie lubią nowe wyzwania

Firma Formika z podwarszawskiego Raszyna

zajmuje się nadrukiem flekso na opakowaniach z aluminium, papieru, polipropylenu i na laminatach.

W związku z rosnącą liczbą zleceń kupiła niedawno Gallusa EM510 S. Z tej okazji rozmawialiśmy z jej szefami: dyrektorem generalnym Joanną Przywuską i dyrektorem sprzedaży Piotrem Dębickim.

■■■ Na początek przybliżmy czytelnikom historię firmy.

Joanna Przywuska: Od początku powstania w 1978 roku do początku lat 90. Formika specjalizowała się w sprzedaży części i akcesoriów motoryzacyjnych. W 1991 r. rozpoczęła produkcję opakowań z tworzyw sztucznych, przede wszystkim pojemników na jogurty, śmietanę, serki itp., wykonywanych metodą ciśnieniową i wtryskową oraz drukowanych metodą suchego offsetu. Po 1998 roku, jako pierwsi w Polsce, rozpoczęliśmy nadruk metodą flekso UV na opakowaniach z aluminium, polipropylenu oraz laminatach z papieru. Współpracujemy z większością mleczarni w Polsce oraz m.in. z producentami pasztetów i kosmetyków.

Rozmawiał
Janusz Gąsowski

32

Świat Poligrafii ■ 04/2007

Druk

» Po bardzo krótkim czasie mogliśmy zacząć wykonywać próbne nadruki dla wiodących firm na rynku FMCG.

■■■ Jak wygląda w tej chwili park maszynowy w firmie Formika?

Joanna Przywuska: Posiadamy trzy maszyny drukujące: dwie amerykańskie (6-kolorowy Protheeter 1800 z 1998 r. oraz 8-kolorowy Protheeter 2000 z 2003 r.) i od niedawna 8-kolorowy Gallusa, który stanął w zakładzie na początku tego roku. Oprócz wspomnianych maszyn drukujących mamy na stanie cztery wycinarki, przewijarkę oraz maszynę do IML.



Od lewej: Piotr Dębicki, Joanna Przywuska z Formiki oraz Andrzej Turski, Heidelberg Polska

Piotr Dębicki: Przesłanką do zakupu Gallusa był ubiegłoroczny 39 proc. wzrost sprzedaży produktów Formiki w porównaniu z 2005 r., który trwa także od początku bieżącego roku.

30 proc. naszej produkcji, przede wszystkim wieczka aluminiowe, trafia na eksport, głównie do byłych republik Związku Radzieckiego, Rosji i Czech oraz – od niedawna – na Słowację. Współpracujemy także z odbiorcami z Zachodu: Francją, Niemcami, Wielką Brytanią oraz Izraelem.

Joanna Przywuska: Zdecydowaliśmy się na zakup Gallusa, gdy ilość zleceń zaczęła przekraczać nasze moce produkcyjne. Naszą siłą w konkurencji z dużymi firmami jest elastyczność produkcji

W ubiegłym roku kupiliśmy maszynę do etykiet IML (In Mould Labels) i w tym roku wprowadziliśmy kolejny rodzaj działalności.

■■■ W jakich okolicznościach zainteresowaliście się tą technologią? Czy był to czyjś pomysł, a może własne obserwacje rynku?

Joanna Przywuska: Zauważyliśmy, że w Polsce nie ma jeszcze dużej konkurencji na tym polu i produkcja etykiet in-mould – choć bardzo skomplikowana i nietatwa – jest także bardzo opłacalna.

Piotr Dębicki: Z tego samego powodu nie staraliśmy się zaistnieć na rynku shrink sleeve'ów, których wytwarzanie jest znacznie łatwiejsze. Staraliśmy się obsługiwać rynek trudnych lub niszowych materiałów, np. kosmetyków, które trudniej wykonać, ale zapewniają wyższe marże.

■■■ Skoro druk na etykietach IML jest bardzo skomplikowany, w jaki sposób nauczyliście się tej technologii – na własnych błędach, a może z pomocą dostawcy maszyn?

Joanna Przywuska: Bardzo wielu fachowców przekonywało nas, jak trudna jest ta technologia. W naszej firmie staliśmy się jednak stawić przede wszystkim na ludzi i to się opłaca. Nasz kierownik produkcji, znakomity fachowiec, na podstawie bardzo niewielu informacji opanował tę technologię. Dzięki temu to, co wielu firmom zabrakło miesiąc, nam udało się w parę tygodni.

oraz szybkość realizacji zleceń. Po uruchomieniu w lutym Gallus pracuje już 20 godzin na dobę i to przede sezonem, który w naszej dziedzinie rozpoczyna się w maju/czerwcu. Jest to dla nas bardzo miłe zaskoczenie.

Piotr Dębicki: Szykujemy się do podpisania kontraktu z dużym klientem z Niemiec, który produkuje swoje towary dla 5-6 krajów Unii Europejskiej. Jeśli sfinalizujemy umowę, będziemy dla niego produkować roczne kilkadziesiąt milionów wieczek. Wtedy zapewne będziemy musieli pomyśleć o kolejnych inwestycjach w maszyny, jednak dopiero po zakupie ziemi i budowie drugiej fabryki.

■■■ Dlaczego wybraliście Gallusa, a nie konkurencyjne urządzenia Nilpeter czy Mark Andy?

Joanna Przywuska: Niezłyjący już założyciel Formiki i mój ojciec, Jerzy Przywuski, przed podjęciem decyzji przeprowadzał testy na różnych maszynach i na wielu podłożach drukowych. Wyciągał także wnioski z przygotowania różnych produktów do przeprowadzenia testów (na tym etapie zostało wyeliminowanych kilka firm). Część urządzeń wykluczaliśmy z powodu nieatrakcyjnej ceny. Gallus wypadł na ich tle najlepiej.

Piotr Dębicki: Na testach okazało się, że można z jego pomocą wykonać trudne prace: idealne pasowanie przy druku małą czcionką, druk na bardzo cienkich materiałach, przenoszenie wysokiej jakości zdjęć na opakowania kosmetyków. Jakość jest szczególnie ważna w kontaktach z firmami z branży kosmetycznej, które zwracają uwagę na każdy szczegół. Działy marketingu tych firm przywiązują niesłychaną wagę do tego, aby kolor nawet minimalnie nie odbiegał od wzoru oraz aby na szaszetce nie było nawet najmniejszych niedodruków spowodowanych np. paprochami wielkości drobinek kurzu. Tak wysokie wymagania naszych klientów pozwalają nam osiągać coraz wyższy poziom sztuki poligrafii.

■■■ Proszę powiedzieć kilka słów na temat współpracy z Heidelbergiem po zakupie Gallusa.

Piotr Dębicki: Instalacja trwała zaskakująco krótko – w ciągu 4 dni wykonano ją w całości, choć przewidywaliśmy, że potrwa 2 tygodnie. Nasi drukarze

34

Świat Poligrafii ■ 04/2007

przeszli szkolenia zorganizowane przez Heidelberga, z których jesteśmy zadowoleni – wszystko co ważne, zostało na nich powiedziane. Także serwis jest sprawny i szybko zjawia się na miejscu.

■■■ Wasza oferta jest skierowana dla rynku FMCG. Należą do niego firmy obsługujące stawiające wymagające wymagania swoim dostawcom. Jak radzicie sobie z ich obsługą?

Joanna Przywuska: Naszą siłą są ludzie. Mamy bardzo dobrych drukarzy z kilkunastoletnim doświadczeniem i świetne studio graficzne z ludźmi, którzy lubią i nowetne studio. Staraliśmy się stworzyć pracownikom dobre warunki i do pracy i robimy wszystko, aby byli dobrze umotywowani. Dzięki temu pracownicy identyfikują się z firmą, przeżywają jej wzloty i upadki i stanowią zgraną kolekcję. Dużo łatwiej obsługiwać klientów i konkurencję na rynku, gdy firma stanowi jedną całość.

Piotr Dębicki: W naszym dziale sprzedaży mamy bardzo dobrych handlowców, którzy dzięki swojemu doświadczeniu, zaangażowaniu i świetnemu podejściu do klienta wciąż powiększają portfolio naszych odbiorców o kolejne firmy.

Poza tym staramy się, aby handlowcem był każdy pracownik Formiki. Dział graficzny sugeruje klientowi najlepsze rozwiązania i stara się szybko reagować na wszelkie zmiany w projekcie. Dział poligraficzny tak dobiera farbę, aby klient nie miał najmniejszej wątpliwości, że jest właściwie. Staramy się, aby klient był zadowolony z każdego etapu pracy z naszą firmą. Dzięki temu udaje nam się budować długoterminowe relacje i kliwami nawet z najbardziej wymagającymi odbiorcami.

Nie możemy zaniedbać żadnego zleceńdawcy, bo konkurencja na rynku jest bardzo silna. Staramy się wygrać z nią profesjonalizmem i elastycznością w obsłudze klientów oraz krótkim terminem dostawy. Jesteśmy w stanie dostarczyć zamówiony produkt nawet w ciągu 3 dni od momentu zlecenia, a nie – jak w dużych koncernach – po 6 tygodniach.

Do tego dochodzi szybkość podejmowania decyzji, a to tym samym przyspiesza na potrzeby klienta, oraz jakość. Staramy się nie drukować na foliach drugiego sortu z Chin, Rosji czy Słowenii, ale na niemieckich produktach z najwyższej półki. Poza tym bardzo rozszerzyliśmy międzyoperacyjną kontrolę produkcji, tak aby wszelkie ewentualne wady zostały wykryte u nas, a nie u klienta. ■



Gallus, który pracuje w Formice, jest wyposażony w system dwukolorowego druku rewersowego i automatycznego czyszczenia wstęgi, posiada automatyczny register oraz możliwość lakierowania w linii. Umożliwia także pracę drukarza: na przenośnym laptopie właściciele drukarni mogą na bieżąco podglądać postęp prac