

## ЧИТАТЬ ПО... БУМАГЕ

Компания «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» является крупнейшим поставщиком расходных материалов на полиграфический рынок Свердловской области и всей России. Но кризис достаточно серьезно коснулся полиграфии, и многие предприятия сегодня вынуждены закрываться или сокращать объемы производства. О ситуации на рынке расходных материалов рассказывает наш гость — Елена Лесунова, руководитель филиала компании ООО «ОКТОПРИНТ СЕРВИС» (г. Екатеринбург).



— Елена, каковы действия вашей компании на сегодняшний день? Вы сокращаете объемы поставок в регион, вы отказываетесь от дорогой продукции, вы полностью исключаете из прайса импорт и переходите на отечественного производителя?

— Наша компания действительно один из крупнейших поставщиков расходных материалов. И экономический кризис, как бы нам этого не хотелось, к сожалению, нас не миновал. Поэтому в сложившейся ситуации самым главным стало удержание покупателя и обеспечение должного уровня обслуживания. Мы выстраиваем работу таким образом, чтобы клиенту было выгодно с нами сотрудничать, а это, в первую очередь — обеспечение должного комфорта, вовремя совершенная поставка заказа, поддержание складского запаса и индивидуальный подход. Оперативности поставок уделяем большое внимание — как стандартных позиций, так и нестандартных. Сейчас неспецифичный товар стал пользоваться не таким большим спросом — например, эксклюзивная отделка или тот ассор-

тимент, у которого ограниченный срок хранения. То есть всё то, что типографии не могут держать у себя в запасе, да и поставщик не может хранить. Естественно, срок поставки таких неспецифичных товаров увеличивается.

Например, есть такие краски с повышенной светостойкостью. Мы раньше держали определенное количество на складе, сейчас у нас такая потребность снизилась. И мы стали возить их только под заказ. Или краски для офсетной печати, которые светятся под ультрафиолетом — мы их называем security-краски. То есть, если раньше запросы на них были раз в месяц, то теперь — раз в полгода. Или же различные трафаретные лаки для отделки — «изморось», «песок» и пр. — в основном они становятся востребованными перед Новым годом, но иногда бывает и в течение года народ интересуется. Наша задача — стараться предугадать такую ситуацию и привезти товар. С запчастями ситуация проще — они востребованы практически всегда.

Что касается объема поставок в наш регион — он, конечно, снизился. То есть,

мы сейчас не завозим товар в огромных количествах — смотрим, планируем, рассчитываем. Товар должен двигаться, и ни в коем случае не должен пролежать на складе больше 3 месяцев — так что мы следим за товарооборотом. У нас сейчас даже введена определенная пропускная система: Москва (центральный офис) отслеживает наш запрос на перемещение товара, и если по каким-то позициям видит, что мы вышли за установленные сроки, нам задают вопрос: «под кого» везёте, когда будет реализовано и пр. Сейчас все боятся зависших товаров. Потому как у каждого товара в полиграфии есть свой срок жизни.

— И много таких товаров, которые «виснут»?

— Допустим, может зависнуть форматная резина. Есть такая резина, которую заказывает определённый клиент. И кроме него у меня в регионе её никто не берёт. И вдруг по каким-то причинам этот клиент перешёл на другую резину, не сообщая нам. Срабатывает «человеческий фактор» — невнимательность заказчика или его безответственность. И товар начинает лежать.

Мы пытаемся выстраивать отношения с покупателем таким образом, чтобы он своевременно предупреждал о подобных моментах, чтобы у нас в случае форс-мажора оказалось время для реализации товара, который был завезён специально для них. В общем, нужно уважать друг друга.

— А что с объёмами?

— Объёмы сейчас снизились — у всех тиражность снижается, полосность снижается, красочность снижается. Если, например, сравнивать с прошлым годом, то в первом полугодии эта цифра была уже в пределах 30%.

В августе случилось неожиданное затишье из-за скачка евро, подъём почувствовался лишь в сентябре. Так что, сезон, хоть и поздно, но мы уже начали.

— Насколько велика вероятность у российского рынка полиграфии полностью перейти на программу импортозамещения?

— 90% всех расходных материалов для полиграфии производится только за рубежом. В России сегодня можно купить лишь чехлы, спирт, какие-то мелкие запчасти. Так что прогнозы здесь не утешительные...

— А краски?

— Есть у нас завод «Краски-Торжок» — но весь рынок он покрыть не может и не сможет. Это узкоспециализированное предприятие, оно выпускает в основном ролевые газетные краски.

— Получается, российский полиграфический рынок живёт за счёт европейских поставок и сам он про-



**изводить краски в таком количестве и в нужном качестве не может?**

— В настоящий момент — нет.

**— А Китай? У него какие шансы заполнить наш рынок?**

— На сегодняшний день, когда доллар и евро «скачут», китайские товары иногда становятся даже дороже европейских. Но качество у них, естественно, хромает. Если же Китай или Корея возьмутся за стабильное качество, то шансы потеснить Европу у них есть.

**— От какой продукции сейчас отказывается покупатель?**

— От дорогой продукции. Отказывается не столько покупатель, сколько конечный потребитель. Например, если в прошлом году у нас было много запросов на лаки с запахом (1 кг. такого лака стоит 400 евро), то теперь востребованность снизилась. Ведь всё дело в тиражах: если тираж большой и запечатка небольшая, то стоимость такого лака буквально рассосётся в общей стоимости заказа. А если тираж маленький, и на весь тираж нужно всего 100–200 г лака, то это уже невыгодно — закупать-то придётся 1 кг. Поэтому потребители от дорогих отделок отказываются.

**— Нет ли ощущения, что полиграфический рынок отходит к эконом-сегменту?**

— Не думаю, что рынок полностью переключится на эконом-сегмент — от-

делки в печати всё равно остаются. Кстати, некоторые типографии остаются позитивными даже в кризис — стараются всеми силами привлечь клиента и некоторые расходы буквально берут на себя. Например, ту же отделку.

Хотя некоторые технологии в кризис становятся невостребованными. Уходят. За последнее время ушла технология ESP. Это такая специальная программа красок для печати каталогов — косметики, автомобилей и пр. Благодаря ей с помощью четырёх цветов можно было воспроизвести более 4000 оттенков. В общем, конечный потребитель оказался не готов платить за отделку. Но, надеюсь, что это временное состояние — сегодня клиенту уже есть с чем сравнить, и опускаться до эконом-сегмента никому не хочется.

**— Каковы ваши планы на ближайшее будущее?**

— Трудиться и удерживать рынок! В прошлом году у нас заработал офис в Крыму, в Симферополе. Мы стали расширять продуктовую линейку доступного ассортимента — нашим поставщикам была поставлена задача подобрать аналоги предлагаемой ими продукции, но по определённым ценовым сегментам. Но при этом мы не забываем напоминать, что все должны понимать: если цена ниже, то таковой она получается не просто так, а за счёт чего-то! И это нужно учитывать.

Мы проводим семинары — учим наших клиентов оптимизации процессов.

В семинарах участвуют представители типографий, технологи, директора. Мы рассказываем, какие новинки зашли на рынок и чем они отличаются от предыдущих позиций, учим, как тестировать новый товар, как понять — пригоден ли он для конкретного производства и пр. В общем, проводим пошаговое обучение. Например, была ситуация со спиртом. У одного поставщика спирт оказался дешевле, хотя производитель у всех был один и тот же. Сдали образцы на экспертизу — в составе дешёвого оказалась 10% воды!

Раз в квартал проводим специальные акции — в основном это касается новых продуктов, чтобы заказчики безболезненно смогли попробовать их. А в ноябре уже будет составлен план по семинарам на будущий год.

Надеюсь, что полиграфический рынок продержится ещё долго. Наша действительность непредсказуема — так может случиться, что в ближайшем будущем мы, наоборот, станем больше читать бумажные варианты книг и отойдём от электронных версий.

— **Спасибо!**

**Беседовала Инна Ожерельева**

[www.hubergroup.ru](http://www.hubergroup.ru)  
[www.oktoprint.ru](http://www.oktoprint.ru)



## ПРИНТЕРЫ OKI В РАБОТЕ

23–24 сентября в Тюмени, на базе давнишнего партнёра, компании «Полиграфмаркет» прошла демонстрация принтеров OKI. Эта выставка стала ключевой после Кургана и Челябинска, но при этом она оказалась самой насыщенной по количеству представленной техники. Помимо уникальной, пятицветной модели OKI ES9541 с дополнительным белым и прозрачным тонером, и четырёхцветного OKI C920WT с белым цветом, специализированного для термотрансферной технологии, была представлена послепечатная техника. Несмотря на то, что «горячих» новинок мы не привезли, автоматические нарезчики Duplo и UltraCut вызвали неподдельный



интерес. Как нам показалось, цифровая послепечатать всё же начинает действительно быть востребована и на неё уже не смотрят, как на диковинную «игрушку».

Сами принтеры OKI, естественно, были «гвоздём программы», этому способство-

вал ещё тот факт, что OKI C920WT продемонстрировался не как отдельная единица, а в составе комплекса по нанесению изображений на тёмные и цветные ткани и твёрдые поверхности.

Хотим поблагодарить всех, кто посетил наши мероприятия во всех городах, спасибо нашим партнёрам. Ну, а тех, кто ещё раз хочет посмотреть принтеры OKI в работе, приглашаем на нашу грандиозную выставку 14 октября, в честь 25-летия компании.

По материалам компании  
«ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть»  
<http://www.fdialog.ru>

## 250 ЛЕТ КОМПАНИИ HUBERGROUP

В этом году своё 250-летие отмечает компания Hubergroup. На сегодняшний день в мире не так уж много семейных предприятий с аналогичным богатым наследием и мало кто из производителей может похвастать таким серьёзным сроком своей деятельности. Два с половиной столетия - срок невероятный. И, как говорят представители компании, Hubergroup не только активно продолжает работу, но и с оптимизмом и уверенностью смотрит в будущее. Успех компании базируется на 5 столпах, как утверждают эксперты: обязательства акционеров, вера в себя, корпоративная культура, гибкость и сотрудничество.

Сегодня компания Hubergroup имеет 40 дочерних предприятий с производственными мощностями по всему миру. Основные производства триадных красок, базовых компонентов для станций смешивания, лаков, добавок в увлажнение и прочих вспомогательных средств распо-

ложены в Германии - в Мюнхене и Целле. Крупный завод в итальянском городе Больцано Вечетино специализируется на производстве красок для флексографской и глубокой печати. Остальные мощности концерна заняты изготовлением готовых к употреблению красок из концентратов, получаемых с трёх основных заводов.

Прямые продажи продукции Hubergroup осуществляются по всему миру через 150 офисов. В России концерн Hubergroup представлен практически по всей стране — здесь работает широкая сеть дилеров и дистрибуторов, 9 офисов продаж и 8 станций смешения.

В честь своего юбилея компания проводит ребрендинг. И в этом году все структурные подразделения будут переименованы в Hubergroup, тем самым подчёркивая и фиксируя свою принадлежность к концерну. Ребрендинг коснётся и основного продукта компании - краски. Для этого решено зафиксировать знаменательную

юбилейную дату в номерах серии красок — уже с июня текущего года все стандартные серии начинаются с цифры 250.

Концерн Hubergroup поздравляет всех своих клиентов со своим юбилеем и желает успехов в дальнейшем процветании и финансовом благополучии. Потому как только благодаря взаимовыгодному сотрудничеству у всех нас есть возможность для успешного развития и роста!



## ПОШЛИНЫ НА МЕЛОВАННУЮ И ОФСЕТНУЮ БУМАГУ СНИЖЕНЫ ДО 5%



В Минэкономразвития состоялась очередное заседание Подкомиссии по таможенно-тарифному, нетарифному регулированию, защитным мерам во внешней торговле Правительственной комиссии по экономическому развитию и интеграции (далее Подкомиссия).

Для оказания дополнительной поддержки периодических печатных изданий, книгоиздания, повышения конкурентоспособности, приняты следующие решения:

— установить на постоянной основе 5% ставку ввозной таможенной пошлины в отношении офсетной и калан-

дированной бумаги, многослойного картона со всеми белёнными слоями;

— признать целесообразным установление 0% ставки ввозной таможенной пошлины сроком на полтора года в отношении фольги для тиснения, используемой для оформления подарочной печатной продукции;

— снизить на временной основе, сроком на 1,5 года, ставки ввозной таможенной пошлины до 5% в отношении мелованной бумаги (кодов 4810221000, 4810229000, 4810293000 ТН ВЭД ЕАЭС).

\*\*\*

Источник: СБО