

# Continental Эффективность через инновации

**Хайо Сиевер (Hajo Siever), региональный менеджер дивизиона Contitech компании Continental AG, имеет полиграфическое образование и большой опыт — долгие годы он работал как инструктор-печатник. На семинаре «ОктоПринт Сервис» он рассказал об истории и ассортименте компании, а также любезно ответил на пару вопросов журнала «Полиграфия Петербурга».**

История фабрики Continental (осн. в 1871 году) восходит к временам дирижаблей, и первый самолёт, перелетевший Ла Манш, также был обтянут тканью Continental. И автомобилисты знают, что Continental является ведущим производителем шин, но не все знают, что концерн занимает также третье место в мире по производству офсетных резинотканевых полотен. В 1911 году компания произвела своё первое офсетное полотно, а в 1961 году был запатентован специальный процесс порообразования в компрессионном слое, который используется и по сию пору. В 2005 году концерн Continental купил компанию Phoenix Xtra-Blankets вместе с дочерней компанией «ОктоПринт Сервис». И сейчас всё немецкое производство ОРТП сосредоточено в одних руках. Подразделение Contitech концерна Continental производит порядка 1 млн м<sup>2</sup> в год на двух заводах.

Хайо Сиевер рассказал о широком ассортименте компании. Линейка резинотканевых полотен концерна включает ассортимент, который подходит для традиционной офсетной печати масляными красками, в том числе для печати упаковки, для УФ- и ролевой печати, лакирования, а также специальных применений. На семинаре была представлена чёткая классификация полотен Phoenix Xtra-Blankets и CONTI-AIR в зависимости от свойств и сферы применения. Попробуем представить отдельные рекомендации компании.

«Хотим обратить ваше внимание на полотна Navy Premium и Stratos. Navy Premium — это полотно high-класса, которое мы позиционируем как замену нашему старому флагману Toraz. На наш взгляд, оно обеспечивает ещё более стабильные печатные характеристики. Stratos — ОРТП с оптимальным соотношением «цена — качество» для типографий с длинными тиражами, например упаковочных. А скажем, Amaranth или Tourmaline очень успешно применяются этикеточными производствами. Amaranth также очень востребован типографиями, которые печатают на офсетной или матовой мелованной бумаге. Это полотно показывает наиболее стабильные характеристики и долгий срок службы при печати длинных тиражей и тиражей на сложных бумагах.

Conti-Air Argon (похож на Navy Premium), а Crystal — это стабильное четырёхслойное полотно, рабочая лошадка, своего рода аналог Toraz, и наконец, Conti-Air DUO — это полотно, которое позиционируется как эконом-класс, но при этом не надо забывать, что это всё-таки настоящее немецкое качество.

Для гибридной печати концерн предлагает сертифицированное ассоциацией FOGRA специально для гибридной печати полотно Toraz Carat.

«Для традиционной УФ-печати мы рекомендуем Ruby (это тип наших продаж, порядка 50%). Если первой секцией печатаются белила, то тогда для традиционной УФ-печати мы рекомендуем Toraz, поскольку оно имеет высокую стойкость к набуханию. Полотна Us vite Carat имеют высокую стойкость к истиранию при УФ-печати по плёнкам. Ebonu — максимально стойкое полотно, также может использоваться при печати УФ-красками».

Также докладчик подробно рассказал о полотнах для ролевой печати и специализированных сортах резинотканевых полотен.

«Естественно, все наши полотна имеют разные технические свойства, срок службы, стоимость. И то, какое полотно необо-



## Хайо Сиевер: Большой ассортимент — наш плюс

— Как известно, компании Continental и Phoenix стали одной, но у каждой своя продуктовая линейка. Как вы считаете, объединение пошло на пользу в смысле ассортимента и нет ли внутренней конкуренции между продуктами?

— Безусловно, это была хорошая идея, но это было непросто, так как на момент объединения по всему миру существовали две хорошо развитые дилерские сети марок Phoenix и Contitech, и до сих пор между ними существуют трения. И обе продуктовые линейки были давно хорошо известны в типографиях. И решение о дальнейшем существовании двух продуктовых линеек было правильным. Ведь если вы просто захотите закрыть одну из продуктовых линеек, то можете потерять половину клиентов. Потому что всякий раз, когда вы хотите что-то заменить у клиента, это никогда не будет один в один и в ходе практических испытаний могут возникнуть различные нюансы, так что есть риск, что клиент откажется и от нововведений, и от ваших услуг.

Но также в ряде регионов была широко представлена лишь одна из марок. Так, первоначально «ОктоПринт Сервис» предлагал на рынок ОРТП Phoenix Xtra Print, а полотна линейки Contitech (Continental) не были представлены на российском рынке. Но после объединения «ОктоПринт Сервис» наша дочерняя компания предлагает обе линейки. Такие же случаи есть и в других странах — там, где до объединения не была представлена одна из марок, наши дилеры продают обе марки.

Но сейчас у нас есть и примеры универсальных решений. К примеру, лакировальные полотна NitroCoat и DinoCoat: так как это была уже новая разработка, то не имело смысла вести две параллельные разработки и было принято маркетинговое решение сделать верхний слой своего цвета для каждой продуктовой линейки, производятся же обе марки на одной линии. Точно так же все знают о том, что помимо своих собственных марок на заводах Contitech (Continental) производятся полотна, которые продаются под своими марками рядом других поставщиков.

— Как вы оцениваете динамику продаж вашей продукции в России и в Европе?

— В Европе бизнес идёт хорошо, отлично — в Индии, в России — тоже хорошо, не взрывной, но стабильный рост есть, но в России мы и так занимаем первое место по объёму рынка, в этой ситуации сложно показывать интенсивный рост.

димому клиенту, зависит от его продуктового портфеля, задач, требований к качеству печати и состояния машины. При производстве наших полотен используются различные материалы: 100%-й хлопок, смесевые ткани, чистый полиэстер, различные компрессионные слои и различные слои резины, и мы готовы удовлетворять требования самых различных полиграфических производств», — завершил Хайо.