

ROZMOWA Z JOLANTĄ KUROWIAK I TADEUSZEM FIGURSKIM

Recepta na sukces

Sztormy i burze zatapiają kolejne okręty pływające po zmiennych wodach polskiej poligrafii, a statek dowodzony przez Jolantę Kurowiak i Tadeusza Figurskiego już od ponad 20 lat bezpiecznie unosi się na powierzchni. I choć po zawinięciu do kolejnego portu przybywa mu załogi i ładunku, odważnie rozwija żagle, by z wiatrem ruszyć w dalszą drogę.

ROZMAWIĄŁ: JACEK GOLICZ

Od zeszłego roku Reprograf oferuje swoim klientom maszyny drukujące oparte o innowacyjną technologię Memjet. Niedawno polska firma podpisała także umowę z MBO, na mocy której stała się wyłącznym dystrybutorem systemów falcujących tej marki w Polsce. Z kolei z początkiem tego roku, po dziesięciu latach dystrybucji produktów X-Rite dla branży poligraficznej, portfolio Reprografu poszerzyło się także o rozwiązania tej firmy m.in. dla przemysłu samochodowego, tekstylnego, tworzyw sztucznych, farb i lakierów. Od marca natomiast Reprograf przejął od firmy Perfekt-Mercor dystrybucję i serwis urządzeń do spektrofotometrii X-Rite, stając się tym samym głównym dystrybutorem wszystkich produktów tej marki w Polsce.

PRINT & PUBLISHING: Dlaczego zabiegali Państwo o poszerzenie swojego portfolio o maszyny marki MBO?

Tadeusz Figurski: Trzy lata temu rozpoczęliśmy działania w strefie postpressu. Wtedy na łamach „Print & Publishing” informowaliśmy o rozpoczęciu współpracy z uznanymi producentami urządzeń intrologatorskich grupy Wohlenberg. Niedawno rozszerzyliśmy nasze portfolio o maszyny najbardziej renomowanego producenta falcerek na świecie z grupy MBO, wzmacniając tym naszą pozycję i kompetencje. Wybór tego właśnie producenta to konsekwencja naszej polityki – chcemy bazować na najlepszym sprzęcie i wysokim potencjale technicznym z wizją rozwoju dla rynku. Rozmowy trwały wiele miesięcy i doprowadziły do podpisania umowy dystrybucyjnej, która w pełni weszła w życie z początkiem kwietnia. Na jej mocy staliśmy się wyłącznym dystrybutorem marek MBO, MBO Digital i Herzog+Heymann w Polsce. Ta dość krótka współpraca z MBO zaowocowała już trzema kontrak-

tami. Potwierdza to słuszność dokonanego wyboru.

P&P: Jakie urządzenia z oferty MBO będą dostępne dla klientów z Polski?

T.F.: Ważnym aspektem przejścia odpowiedzialności za nowe dla nas urządzenia jest serwis. Wiemy, że nawet najlepsze urządzenie może zawieść i to w najmniej oczekiwanym momencie. Dlatego poza szkoleniami stricte handlowymi jesteśmy już po bardzo intensywnym szkoleniu serwisowym dla naszych specjalistów z Warszawy i Poznania. Dziś jesteśmy gotowi do pełnej obsługi klientów MBO i H+H w zakresie doradztwa inwestycyjnego, dostaw części oraz napraw serwisowych. MBO to uznany producent wysokowydajnych falcerek kieszeniowych i kieszeniowo-nożowych. W dziedzinie druku cyfrowego rozwiązania MBO Digital

należą do najbardziej innowacyjnych na rynku. W pełni zautomatyzowana linia falująca pozwala „w biegu” zmieniać objętość składek i format. To innowacyjne rozwiązanie jest wyzwaniem dla każdej cyfrowej drukarni książkowej w naszym kraju. Produkty z grupy Herzog-Heymann są dziś dla każdego producenta ulotek farmaceutycznych synonimem doskonałości. Wiodące drukarnie specjalizujące się w tym segmencie rynku w większości przypadków używają rozwiązań H+H. Ale to nie jedyna grupa docelowa. H+H jest specjalistą w zakresie najbardziej wymyślnych systemów do produkcji mailingu. Rozwiązania H+H usprawniają także wielostrumieniową pracę na gotowych broszurach i pozwalają produkować etykiety wielostronicowe, stosowane na przykład na wieczkach i opakowaniach zintegrowanych.

P&P: A na jakie cechy systemów MBO warto zwrócić szczególną uwagę? Jakie są najważniejsze argumenty przemawiające za ich zakupem?

T.F.: Produkty MBO charakteryzują się niezawodnością, wysokim poziomem automatyzacji i prostotą obsługi. Każdy element został zaprojektowany i zbudowany z myślą o jak najszybszym i najprostszym przygotowaniu maszyny do produkcji. Najdrobniejsze szczegóły, jak na przykład wysuwana kasetka bigująco-perforująca, świadczą o dbałości o wygodę narządzania maszyny. Szeroki asortyment obejmuje falcerki o różnej konfiguracji i poziomie automatyzacji oraz – co za tym idzie – w różnej cenie. Z kolei urządzenia Herzog Heymann są przeznaczone przede wszystkim do produkcji jednostkowej. Mając w naszej ofercie produkty MBO, posiadamy pełen asortyment falcerki: od najprostszych, „dla każdego”, poprzez wersje zautomatyzowane przeznaczone dla intrologatorni przemysłowych, po rozwiązania H+H do mailingu, produkcji farmaceutycznej i rozwiązań „na miarę”.

P&P: Reprograf przejął także firmę Perfekt-Mercor, a wraz z nią rolę głównego dystrybutora wszystkich produktów marki X-Rite w Polsce. Co skłoniło Państwa do tego posunięcia?

T.F.: Od dziesięciu lat jesteśmy dystrybutorem produktów X-Rite na rynku polskim. Moja osobista przygoda z tą firmą rozpoczęła się niemal piętnaście lat temu. Dotychczas X-Rite stanowił dla nas uzupełnienie większych projektów inwestycyjnych. Nasze doświadczenie pokazuje jednak, że jeśli coś robimy tylko „przy okazji”, to niestety nie odnosimy sukcesów

rynkowych adekwatnych do pozycji firmy na rynku. Dlatego postanowiliśmy stworzyć odrębne centrum kompetencji – samodzielny dział, gdzie wiodącym dostawcą jest firma X-Rite. Przejęcie fachowców i kontaktów handlowych z firmy Perfekt-Mercor jest konsekwencją naszej strategii akwizycji firm specjalizujących się w dziedzinach pokrewnych z naszą. Jest to nasza trzecia akwizycja rozszerzająca portfolio naszych produktów i usług.

Dziś, posiadając mocny zespół kierowany przez pana Daniela Cedrzyńskiego, jesteśmy jedynym partnerem X-Rite działającym zarówno w branży poligraficznej, jak i pozostałych sektorach przemysłu: motoryzacyjnym, farmaceutycznym, kosmetycznym, tworzyw sztucznych czy farbiarskim (obejmującym farby i lakiery poligraficzne, samochodowe, budowlane).

P&P: Jak w takim razie na poszerzeniu Państwa oferty i skupieniu dystrybucji X-Rite w rękach jednej firmy skorzystają klienci?

T.F.: Lepsza obsługa handlowa i serwisowa oraz rzeczowe doradztwo pomogą klientom w doborze właściwego produktu. Pozycja głównego dystrybutora zmieni system obsługi serwisowej dla już zainstalowanych urządzeń oraz podniesie poziom szkoleń odbiorców. Ma to poprawić wizerunek marki i ułatwić klientom – również tym najbardziej wymagającym, czyli producentom farb i opakowań – pracę z urządzeniami X-Rite.

P&P: Wspomniał Pan, że teraz w Państwa ofercie znajdują się urządzenia X-Rite przeznaczone nie tylko dla poligrafii, ale i innych branż. Czy to zapowiedź dalszej rynkowej ekspansji Reprografu?

T.F.: Pomiar barwy na odbicie drukarskiej czy na karoserii samochodu opiera się na tych samych zasadach i w wielu wypadkach wymaga zastosowania tego samego urządzenia. Obsługa innych branż jest w tej sytuacji czymś naturalnym. Nasz nowy zespół stoi przed pierwszym wyzwaniem, jakim jest samodzielna prezentacja produktów X-Rite na targach skierowanych do producentów tworzyw sztucznych, które odbędą się w maju w Kielcach. Rozwój działu to stworzenie komplementarnego portfolio pozwalającego na kompleksową obsługę klienta. Dla laboratorium i kuchni farbiarskiej tworzymy grupę produktów firmy IGT. To najbardziej uznany, certyfikowany producent urządzeń przeznaczonych dla systemów recepturowania i kontroli odbitki

próbnej w odniesieniu do właściwej barwy farby dorabianej.

Poszerzyliśmy nasz asortyment także o urządzenia dozujące Easy Doser, pozwalające na efektywne przygotowanie małych ilości farb. Są one przeznaczone dla prawie każdej kuchni farbowej w offsetowej drukarni opakowaniowej. Właściwe podejście do barwy i jej oceny wymaga odpowiedniego, ściśle zdefiniowanego oświetlenia. Także i w tym przypadku posiadamy jedno z najlepszych rozwiązań na rynku. W ciągu zaledwie jednego miesiąca stworzyliśmy nową platformę komunikacji z klientami i uruchomiliśmy niezależną stronę X-Rite, pozwalającą w pełni zapoznać się z produktami tej marki. Na pierwsze półrocze bieżącego roku planujemy dwa fachowe spotkania regionalne w Warszawie i Łodzi, pod naszym sprawdzonym tytułem „X-Rite Innovation Days”. Podczas tych spotkań zaprezentujemy pełny program produktowy X-Rite, a w formie warsztatowej pokażemy funkcjonalność poszczególnych modeli. Oba wydarzenia nie mogłyby się odbyć bez niesamowitego wsparcia ze strony czeskiego biura X-Rite.

P&P: Kolejną nowością dla polskiego odbiorcy to maszyny z technologią Memjet, które od niedawna znajdują się w ofercie Reprografu. Czy mogliby Państwo krótko skomentować włączenie do swojego portfolio tych urządzeń?

Jolanta Kurowiak: Produkcja etykiet i etykiet przemysłowych to najbardziej dynamicznie rozwijająca się dziedzina branży opakowaniowej. Po wprowadzeniu trzy lata temu do naszego programu przemysłowych urządzeń cyfrowych EFI Jetrion zajęliśmy się tą specyficzną „działką”. Po zainstalowaniu pierwszych trzech urządzeń w Polsce zapoznaliśmy się dokładnie ze specyfiką tego segmentu i rozpoczęliśmy poszukiwania sprzętu, który pomógłby nam zwiększyć nasz udział w tym rynku. Ciekawym i innowacyjnym rozwiązaniem dotychczasowej oferty stała się właśnie kolorowa drukarka oparta na technologii Memjet. Po przeprowadzeniu dogłębnych badań rynkowych odkryliśmy wielki potencjał i zapotrzebowanie na spersonalizowane, kolorowe etykiety przemysłowe. Jest to wręcz przewrót w branży, pracującej do tej pory na kolorowych pre-printach i w oparciu o personalizację wyłącznie monochromatyczną. Technologia Memjet pozwala w wielu przypadkach drukować gotowe, kolorowe etykiety przemysłowe z niesamowitą prędkością ponad 20 km na dobę. Temat jest zdecydowanie szerszy i wymaga osobnej prezentacji. Niewątpliwie jest to

sektor o niesamowitym potencjale wzrostu, oparty na bardzo ciekawej, przyszłościowej technologii.

P&P: Umowy z MBO, Memjet i X-Rite sprawiły, że Państwa oferta produktów stała się bardzo kompleksowa. Wszyscy również widzą znaczną aktywność Reprografu na rynku. Jakie są zatem Państwa plany względem segmentów, o których rozmawiamy?

Tadeusz Figurski: Nie chcemy być postrzegani jako sklep kolonialny z coraz dłuższą listą produktów. Stawiamy na tworzenie samodzielnych centrów kompetencji i budujemy konsekwentnie małe, zgrane zespoły, odpowiedzialne za ściśle określone grupy produktowe. Obecne działania pozwalają nam podnieść naszą efektywność w tych dziedzinach poligrafii, w które weszliśmy już przed laty. Szerszy zakres działań wymusza efektywniejsze wykorzystanie czasu naszych product managerów odpowiedzialnych za daną grupę produktów. W ślad za rozszerzeniem palety rozwiązań idzie więc wzmocnienie kompetencji nowych pracowników, by mogli oni oferować grupy komplementarnych produktów przeznaczonych dla danej branży. Znaczne poszerzenie oferty wymusiło na nas zmianę organizacyjną i stworzenie nowych działów: Colour Solution – dla produktów X-Rite i pokrewnych, Postpress – dla maszyn introligatorskich MBO i Wohlenberg, Etykieta Przemysłowa – dla produktów Jetrion i Memjet

P&P: A czy rozszerzenie portfolio nie wpłynęło na jakość pracy w dotychczasowych grupach produktowych? Co z dystrybucją takich marek, jak Screen czy Komori?

T.F.: Od początku naszej działalności wyznajemy zasadę, aby nowe grupy produktowe działały na zasadzie samodzielnych centrów kompetencji, kosztów, budżetowania i zarządzania. Nasze działy tradycyjnie zajmujące się produktami do offsetu są już okrzepłymi organizmami, które nie wymagają aż tak dużego nakładu organizacyjnego. Z pokorą chcę zaznaczyć, że co prawda daleko nam jeszcze do doskonałości, ale możemy z całą odpowiedzialnością stwierdzić, że wiele rzeczy jest rozwiązywanych samodzielnie. Oczywiście nasi japońscy partnerzy nie pozwalają nam się nudzić i wprowadzają nowe rozwiązania, stanowiące dla nas niesamowite wyzwania.

Najlepszym przykładem jest Dainippon Screen, który przebojem wszedł ze swoim najnowszym „dzieckiem” do sektora wysokowydajnych systemów druku cyfrowego. TruepressJet 520 odpowiada wymogom stawianym w sektorze transpromo, druku

książek i ulotek farmaceutycznych. Jedną maszyną, a także szerokie spektrum odbiorców. Możemy już pochwalić się pierwszą transakcją w sektorze druku książkowego. Sama maszyna i jej zalety to jednak temat na osobną rozmowę. W przypadku firmy Screen nie zapominamy o korzeniach – możemy się pochwalić najszybszą w Polsce naświetlarką CtP, osiągającą wydajność 67 płyt B1 na godzinę. Także Komori, z innowacyjną technologią niskoenergetycznego, bezozonowego UV, czyli H-UV, jest niesamowitą opcją dla różnorodnych zastosowań. Pierwsza maszyna tego typu pracuje już w Polsce, w Żarach i mamy nadzieję, że nie będzie to jedyny egzemplarz w naszym kraju.

P&P: Proszę nam zdradzić, jakie plany ma Reprograf na najbliższy rok.

J.K.: Ponad połowa naszych obrotów jest realizowana w oparciu o sprzedaż materiałów eksploatacyjnych, poprzez sieć oddziałów własnych i autoryzowanych dealerów regionalnych. Jednym z podstawowych materiałów jest płyta offsetowa. Pod koniec zeszłego roku podjęliśmy przełomową decyzję o zmianie strategicznego partnera i rozpoczęciu współpracy z najmocniejszym graczem na rynku europejskim, firmą Fujifilm. Jest to największe wyzwanie dla całej naszej organizacji. Jesteśmy w trakcie przedstawiania systemów CtP naszym klientom z całej Polski na nowe rozwiązania Fujifilm. W wielu przypadkach zaangażowany jest w to nie tylko regionalny przedstawiciel, ale i nasz serwis lub serwis producenta danego rozwiązania CtP. Równoległe wprowadzenie nowych produktów to organizacyjnie wielkie przedsięwzięcie dla naszego zespołu, w sumie dość małego, jeśli weźmiemy pod uwagę liczbę rozpoczętych tematów. Zdajemy sobie sprawę, że kto się nie rozwija i stoi w miejscu, ten się cofa. Dlatego też nie możemy poprzestać na tym, co mamy. Wielkim wyzwaniem jest zbudowanie rozwiązań do inspekcji w przemyśle opakowaniowym, z uwzględnieniem zabezpieczeń oraz kontroli poprawności elementów w alfabecie Braille'a.

P&P: Trudna sytuacja ekonomiczna sprawiła, że wiele firm związanych z poligrafią zmagalo i zmagają się z problemami finansowymi, a część z nich zniknęła już z rynku. Reprograf jednak działa nieprzerwanie od ponad 21 lat i ciągle się rozwija. Co jest Państwa receptą na sukces?

T.F.: Praca, praca i jeszcze raz praca. Poza tym pokora i otwartość na nowe wyzwania oraz ciągłe podnoszenie poziomu kompeten-

cji. Wiem, że czasami popełniamy również błędy, ale nie ustajemy w konsekwentnym poszerzaniu naszej wiedzy i dopasowywaniu się do oczekiwań rynku oraz poszczególnych klientów. W dalszym ciągu bazujemy na wieloletnich relacjach nie tylko z naszymi dostawcami, ale przede wszystkim z naszymi klientami. Nie ma jednej recepty na sukces, gdyż każdy z nas jest inny. Mamy dziś w Reprografie niesamowity potencjał ludzki, który przekłada się na rzeczowe i prawdziwe relacje z klientami, a w konsekwencji na nasz wspólny rozwój.