

Reprograf Grafikus SA

<https://www.reprograf-grafikus.com.pl/rg/aktualnosci/19210,Polaczone-kompetencje-wiekszy-wybor-Wywiad-z-Tomaszem-Galantem-dyrektorem-zarzad.html>
2022-08-19, 01:33

Aktualności

Połączone
kompetencje,
większy wybór.
Wywiad z
Tomaszem
Galantem,
dyrektorem
zarządzającym
firmy Reprograf-
Grafikus SA

[Podziel się](#)

W najnowszym numerze 7/2022 miesięcznika Poligrafika ukazał się wywiad z Tomaszem Galantem, dyrektorem zarządzającym firmy Reprograf-Grafikus S.A. Poniżej zamieszczamy obszernie fragmenty.

W lutym br. stanowisko dyrektora zarządzającego spółki Reprograf-Grafikus objął Tomasz Galant, który w latach

2006-2012 kierował spółką manroland Polska, a później także regionem manroland CEE oraz Nordic, znacząco zwiększając sprzedaż i wyniki.

Przez ostatnie 8 lat zarządzał spółką z branży IT - Esri Polska - sprzedając oprogramowanie, usługi oraz tworzącą własne rozwiązania w obszarze GIS, gdzie uczestniczył w transformacji cyfrowej klientów w obszarach infrastruktury, samorządów, administracji centralnej, obronności i bezpieczeństwa publicznego oraz biznesu i przemysłu. Wcześniej zajmował różne stanowiska kierownicze w takich firmach jak RWE, Orange, ABB. Teraz jego celem jest transformacja w branży poligraficzno-opakowaniowej i sprawienie, iż w ciągu 2-3 lat spółka Reprograf-Grafikus stanie się jednym z najbardziej dynamicznych dostawców w branży i pożądanym pracodawcą.

Fuzja firm Reprograf i Grafikus została sfinalizowana w lipcu 2019 r. Czy w ciągu ostatnich 3 lat udało się w pełni połączyć obie organizacje i zoptymalizować ofertę?

Tomasz Galant: Każde połączenie firm to wydarzenie dynamiczne. Ważne jest, by uzyskać z tego ruchu korzyści biznesowe w długofalowej perspektywie. Należy pamiętać o skali trudności takiego procesu - tu łączyły się firmy, które miały dobrą pozycję i historię na rynku, w pewnym zakresie konkurowały ze sobą, ale w dużo

większym posiadały uzupełniającą się ofertę. Firmy te miały stworzyć nowy, wspólny organizm, w którym po połączeniu część funkcji mogła się nakładać.

Dodatkowo na procesy integracyjne nałożyła się sytuacja z pandemią, pracą zdalną, spowolnieniem spowodowanym zwłaszcza pierwszymi lockdownami. To była duża odpowiedzialność zarządu spółki i jej menedżerów przeprowadzić organizację przez ten trudny czas, zakończyć integrację procesów biznesowych i funkcji w organizacji. W mojej ocenie udało się to bardzo dobrze, mimo tak wielu dodatkowych, nieprzewidzianych wyzwań. Spółka Reprograf-Grafikus bazuje teraz na połączonych kompetencjach i mocnych stronach obu organizacji, zarówno w oferowanym portfolio, jak i bazie klientów, z którymi nasi pracownicy współpracują często już od ponad 20 lat. Myślę, iż teraz - po 3 latach - można powiedzieć, że połączenie to była dobra decyzja.

Jakie efekty synergii przyniosło to połączenie?

T.G.: Reprograf-Grafikus stał się największym w Polsce tzw. multidystrybutorem, który - oprócz podłoży - może zaoferować odbiorcom prawie wszystko, co jest potrzebne w drukarni i to dla wielu technologii druku (w tym offset, flekso, sitodruk, druk cyfrowy). Mamy w portfolio kilkunastu producentów urządzeń

do intrologatorni, ośmiu producentów maszyn do druku, jak i wielu producentów urządzeń czy narzędzi do przygotowania, a także rozwiązania do zarządzania barwą mające zastosowania również poza poligrafią. Możemy zaoferować pełen ciąg technologiczny od płyty przez urządzenia do jej naświetlenia, farby do druku (pochodzące min. z własnej mieszalni pod Poznaniem), maszynę drukującą, po wszystko to, co jest potrzebne do wykończenia produktu w intrologatorni. Wszystkie maszyny pochodzą od dostawców segmentu premium m.in. z Japonii, Niemiec, Holandii, USA, ze Szwecji czy z Hiszpanii, ale także od dostawców z krajów takich jak Chiny czy Indie, których produkty są już wystarczająco zaawansowane technologicznie i akceptowalne dla klientów posiadających mniejsze budżety inwestycyjne. Mamy konkurencyjną ofertę materiałów eksploatacyjnych do wszystkich technologii, które pochodzą od renomowanych producentów z całego świata.

Osobiście nie brałem udziału w procesie połączenia firm, ale mogę stwierdzić, że teraz, kiedy zdecydowana większość trudnych, a nieraz bolesnych procesów związanych choćby z dostosowaniem wielkości organizacji do potrzeb jednej firmy została zakończona, Reprograf - Grafikus jest bardzo dobrze pozycjonowany do dalszego rozwoju biznesu i zwiększania oferty. Jesteśmy też pożądanym partnerem

dla potencjalnych dostawców nowych rozwiązań dla polskiej poligrafii - niedawno podpisaliśmy umowę dystrybucyjną na nową maszynę do druku na okrągło, niedługo spodziewamy się zwiększyć nasze portfolio maszyn o kolejną maszynę do introligatorni.

Jak widzi Pan swoją rolę w firmie Reprograf-Grafikus? Jakie są Pańskie priorytety i cele, jakie doświadczenia pozyskane poza branżą poligraficzną Pan wnosi?

T.G.: Kiedy proces połączenia firm został zakończony, podjęta została decyzja, by stworzyć stanowisko dyrektora zarządzającego, który przejmie bieżące zarządzanie spółką, uprości i przyspieszy procesy decyzyjne oraz będzie rozwijał organizację, by osiągała ona kolejne etapy rozwoju biznesu. Moje doświadczenia w różnych branżach pozwalają mi wyciągnąć wnioski, że większość prawideł biznesu sprawdza się wszędzie, a firmy rozwijają się wtedy, kiedy mają zaangażowanych ludzi, dobre produkty i efektywne procesy wewnętrzne. Nie ma zbyt wielu dróg na skróty. Każda firma potrzebuje klarownej wizji i strategii, by ją osiągnąć, potrzebuje zaangażowanych i kreatywnych pracowników, którzy na co dzień podejmują wiele decyzji i doskonałą współpracę z klientami, potrzebuje stałego podnoszenia kwalifikacji i polepszania komunikacji wewnętrznej, by nadać za rozwojem

rynków i branży, potrzebuje dobrych procesów wewnętrznych. Wierzę, że jestem w stanie współtworzyć i rozwijać z naszym zespołem taką organizację i chciałbym, by w ciągu 2-3 lat stała się jednym z najbardziej dynamicznych dostawców w branży oraz pożądanym pracodawcą. Warunkiem koniecznym jest oczywiście współdzielenie takiej wizji z zarządem i wspólne dążenie do jej realizacji.

Jednocześnie bardzo się cieszę, że mamy świetny zespół kierowniczy w firmie, który wspiera ją w rozwoju. Do firmy dołączyło też kilku nowych managerów, np. dyrektor logistyki i łańcucha dostaw, szef marketingu, szef rozwoju pracowników, prowadzimy również kilka rekrutacji, by dalej wzmacniać nasz zespół.

Jaką wartość dodaną dla klienta wnoszą firmy takie jak Reprograf-Grafikus, będące dystrybutorem licznych marek, w porównaniu z bezpośrednim producentem?

T.G.: Wnoszą zdecydowanie większą możliwość wyboru dla rynku. Dla większości producentów sprzętu i urządzeń będących w naszej ofercie byłoby ekonomicznie nieuzasadnione budowanie własnego oddziału w każdym kraju, dlatego dominującym modelem u tych producentów, których mamy na pokładzie, jest model dystrybutorski. My mamy lokalną wiedzę, dostęp do rynku,

ekspertyzę i doświadczenie w prawie wszystkich technologiach drukowania i możemy zapewnić odbiorcom dostęp do wykwalifikowanego serwisu (szkolonego w fabrykach producentów), części i najlepszych materiałów eksploatacyjnych dostosowanych do danej technologii czy maszyny. Ważnym argumentem bywa też możliwość uproszczenia czasochłonnego procesu zakupów i logistyki dla drukarni, która może dokonać zakupu wielu różnych materiałów w ramach jednego zamówienia, a także skorzystać z usługi doradztwa, kalibracji i sprzedaży dopasowanych materiałów eksploatacyjnych od sprawdzonego, jednego dostawcy zgodnie z koncepcją one-stop-shop.

W czerwcu br. Reprograf-Grafikus zmienił swój magazyn. Co Was do tego skłoniło? Dla klientów oznaczało to chyba spore utrudnienia?

T.G.: To czysto operacyjna decyzja - pracujemy w oparciu o najwyższe standardy logistyczne, które chcemy cały czas ulepszać, dlatego wybraliśmy nowego operatora magazynów w Błoniu. Miał on także lepiej dopasowane, większe magazyny dla materiałów ADR (niebezpiecznych w transporcie drogowym), których sprzedaż też rośnie. Dzięki bardzo dużemu zaangażowaniu całego pionu logistyki przeprowadzka była na tyle sprawna, że poza jednym dniem proces był

w praktyce nieodczuwalny dla klientów.
Poza tym magazyny w Poznaniu i Krakowie działały bez zmian.

Magazyn i zaawansowane procesy logistyczne to podstawa działalności firmy takiej jak Reprograf-Grafikus, w ofercie której znajduje się cały szereg materiałów eksploatacyjnych dla poligrafii. Czy z drukarniami współpracujecie w systemie just-in-time, na podstawie okresowo i regularnie składanych zamówień, czy raczej ad-hoc? Jakie to niesie za sobą wyzwania?

T.G.: Wszystkie wymienione modele zakupów staramy się obsłużyć jak najlepiej, dodatkowo działając czasem także w modelu składu konsygnacyjnego u klienta. W związku z sytuacją geopolityczną na świecie bardzo dynamicznie zmieniają się nasze wyzwania, bo z jednej strony wydłużają się czasy dostaw, koszty, a z drugiej każda firma dba o właściwe wskaźniki kapitału pracującego i stworzenie ogromnych magazynów na hipotetyczne zamówienia w przyszłości zwykle nie jest opłacalne biznesowo, zwłaszcza na dojrzałych i niskomarzowych rynkach. Dlatego optymalizacja wielkości magazynów w takiej firmie jak nasza - by być w stanie sprawnie reagować na popyt - staje się prawdziwym know-how firmy. Tym bardziej, że czasy dostaw potrafią się w obecnej sytuacji dynamicznie zmieniać,

podobnie jak koszty materiałów - czasem praktycznie z dnia na dzień. Podstawą jest dla nas bliska relacja z dostawcą i śledzenie tych zmian oraz nieustanna poprawa sprawności procesów logistycznych na styku z potrzebami pionu sprzedaży.

Czy rynek poligraficzny bardzo się zmienił przez ostatnią dekadę? Powracając do branży po dziewięciu latach na pewno widzi Pan to inaczej niż osoby, które związane są z nią nieustannie.

T.G.: Jeszcze trudno mi na to pytanie odpowiedzieć, bo na razie koncentrowałem się na procesach wewnątrz firmy, jednakże w tej branży zmiany są znacznie mniej dynamiczne niż w IT, gdzie pracowałem poprzednio i gdzie co kwartał mogły pojawiać się zmiany oddziałujące na firmę i jej plany. Tu technologia jest znacznie bardziej stabilna, a zmiany i konkurencja raczej przychodzą z zewnątrz (e-czytniki, reklama internetowa, zwyczaje zakupowe, jak opakowania wielokrotnego użytku itp.). Zauważyłem większą obecność IT w poligrafii, np. narzędzia do planowania produkcji, proofingu kolorystycznego, czy też większą obecność aspektów eko w produkcji.

Jakie - w Pańskiej ocenie - są najważniejsze szanse i wyzwania branży poligraficznej?

T.G.: Wyzwania, podobnie jak w wielu branżach przemysłowych, związane są z otoczeniem ekonomicznym i niepokojem, niepewnością co do przyszłości, dużą inflacją, przewidywaną stagflacją, a więc oszczędnościami szukanymi w końcowym produkcie i spowodowanymi siłą nabywczą konsumenta, która nie będzie się raczej szybko zwiększała.

Szanse są związane z tym, że branża produkuje wszelkie opakowania produktów dostępnych dla milionów konsumentów w supermarketach czy na platformach e-commerce; każdy produkt jest w coś opakowany, a atrakcyjność opakowania zwiększa przecież sprzedaż. Szanse to także optymalizacja pracy i zarządzania drukarnią przez wykorzystanie profesjonalnych narzędzi IT, a także dostęp do coraz bardziej wydajnych maszyn, których zakup będzie łatwiejszy dzięki nadchodzącym, nowym funduszom EU.

Dziękuję za rozmowę!

Rozmawiała Anna Naruszko

ŹRÓDŁO: POLIGRAFIKA NR 7/2022;

[HTTPS://POLIGRAFIKA.PL/](https://poligrafika.pl/)

[Poprzedni Strona](#)

[Następny Strona](#)



oferty.