



Непотопляемые сегменты как источник прироста оборота

Отвечая на вопросы Publish, председатель Совета директоров Группы компаний «Танзор» Светлана Александровна Седова рассказала нам о становлении одного из немногих отечественных производителей расходных материалов, организации производственной деятельности, а также о том, как удаётся добиваться роста даже в условиях «пандемического» 2020 года.



Недавно ГК «Танзор» отметила 13 лет своей производственной деятельности. Это не юбилей, но вполне солидная дата, тем более что собственных производителей расходных материалов для типографий в России совсем немного. Почему компания решилась на этот шаг?

Производственные эксперименты наша компания начала ещё в 2000 г. на небольшой арендованной площадке в Черноголовке — подмосковном наукограде. А с приобретением в 2007 г. в собственность предприятия «ВЛАНА» в г. Шебекино Белгородской области окончательно оформился наш статус российского производителя полиграфических лаков. «ВЛАНА» тогда выпускала строительные краски для массового потребителя. Завод был перепрофилирован, а в 2013 г. была проведена комплексная модернизация: адаптированы помещения, установлено современное оборудование, ликвидированы вредные участки, реализована программа по охране труда и переобучению персонала. После получения требуемых регламентирующих документов предприятие зарекомендовало себя как одно из самых технически оснащённых и безопасных на территории Белгородской области.

Чтобы ответить на вопрос, почему мы решились на этот шаг, предлагаю обратиться к истории. ГК «Танзор» начала свою деятельность в далёком 1994 г. с сотрудничества с неиз-

вестными на тот момент российскому рынку французскими компаниями — производителями лаков, красок, клеёв для полиграфии. Иных уж нет, как говорится, а те далече... Возможно, кто-то вспомнит красивые названия Valspar, Bessier, Graph Imprim — они как раз пали жертвой глобализации, а вот компании RADIOR France (металлизированные краски) и Brancher (цветные краски) до сих пор являются нашими партнёрами.

Самым массовым сегментом среди расходных материалов, не считая печатных основ, безусловно, являлись лаки, в основном водные. Мы продавали их столько, столько мог потребить наш рынок, располагавший крайне несовершенным на тот момент оборудованием. Вы же помните, что даже технология УФ-лакирования была неизвестна в России в 90-е годы. Однако кто-то должен был сделать первый шаг!

Пользуясь случаем, от имени нашей компании хочу выразить уважение и почтить память Владимира Владимировича и Михаила Владимировича Аппалоновых, которым в этом году исполнилось бы 60 лет. Они тогда и стали пионерами в области УФ-лакирования. В начале 1996 г. основанная ими одна из передовых российских типографий того периода — LiniaGrafic — подписала контракт на поставку машины Planeta P 14. Это была печатная машина, переоборудованная для УФ-лакирования че-

рез секцию увлажнения. Первой компанией, которая поставила УФ-лак в LiniaGrafic для этой машины, была «Танзор». Лак DEXPRO UV/V 2702 успешно продавался в России следующие несколько лет. Первые лаки, которые успешно применялись на трафаретном участке типографии LiniaGrafic, — DEXPRO UV/S 1707 и DEXPRO UV/S 1765 MAT — также поставлялись из Франции нами.

В тот период рынок УФ-лакирования стремительно рос, конкуренция между типографиями и поставщиками лаков обострилась, поэтому в начале XXI века «Танзор» стала первым российским разработчиком и производителем лаков ультрафиолетовой полимеризации.

Конечно, не только обострившаяся конкуренция была причиной начала разработок, но и творческий непокой, желание быть не просто дилерами, не просто продавцами, желание изучать, созидать, производить самим. В нашем коллективе работают кандидаты химических наук, выпускники химического факультета МГУ, которые смогли глубоко изучить вопрос формулирования УФ-материалов и сделать нашу первую линейку лаков.

Надо сказать, что типографии живо откликнулись на возможность попробовать отечественный продукт, и вскоре мы смогли заместить значительную часть импортных лаков материалами собственного производства.



Что именно вы производите и в каких объёмах? Как менялись объёмы производства по годам?

Информацию о конкретных объёмах по группам материалов мы считаем коммерческой тайной. Сейчас мы производим два типа материалов: УФ-полимеризации и воднодисперсионные. Эти группы включают в себя самый широкий ассортимент лаков для всех способов нанесения (офсетная и флексографская печать, трафарет плоский и ротационный), для разных видов основ, с различными декоративными и потребительскими свойствами (глянцевые, матовые, суперматовые, софт-тач, структурные, drip-off, шершавые, с повышенным и пониженным скольжением, химстойкие, с высокой стойкостью к истиранию, для технологии LED UV-отверждения, для отделки цифровых оттисков, грунты для улучшения адгезии и многие другие).

Мы внимательно подходим к выбору сырья и качеству выпускаемой продукции. В ассортименте есть лаки, соответствующие разным нормативным требованиям стандартов безопасности (BP free, EUPiA, Nestle, Swiss Ordinance, Swan Label и др.). С каждым покупателем ведётся совместная работа для получения экологически правильного и экономически выгодного результата.

В 2015 г. в рамках программы географического развития нашей компании был открыт завод по производству лаков на территории ЕС — SIA «BALTINK».

В тот момент мы приняли сознательное решение о разделении ассортимента между производственными площадками. Собственное европейское производство имеет ряд неоспоримых преимуществ: хорошо оснащённая лаборатория, доступное сырьё, в том числе для быстрого формулирования и экспериментов, возможность производства сложных высокотехнологичных материалов на дополнительных единицах оборудования, широчайший информационный и законодательный ресурс, особенно в части экологии и безопасности. Это, безусловно, возможность найти своё место среди ведущих производителей, возможность завоевать часть европейского и мирового рын-

ка лаков, доказать себе свою состоятельность, ну и, наконец, диверсификация бизнеса на случай очередного кризиса в каком-то из сегментов.

С этих пор мы считаем наши общие объёмы производства и продаж. Учитывая дочерние производственные проекты, организованные, например, в прошлом году в Малайзии, продажи подбираются к 250 тоннам в месяц лаков в ассортименте. На наш взгляд, это пока немного, но есть ежегодный прирост.

Насколько высока доля импортного сырья и как на производство повлияло снижение курса рубля и пандемия?

Доля импортного сырья по-прежнему высока, особенно для материалов УФ-полимеризации. В 2014 г. мы провели исследование российского сырьевого рынка и в качестве антикризисного предложения выпустили серию лаков «.RU», сформулированную с использованием локального сырья. Но качество и стабильность его оставляют желать лучшего. С сырьём для водных лаков проще, водные дисперсии больше распространены в нашей промышленности, они всегда являлись основой, например, строительных материалов, поэтому производители смогли адаптировать своё производство под нужды полиграфического рынка. Российское сырьё для водных лаков мы давно и активно используем.

Высокая волатильность рубля по отношению к валютам уже, думаю, не новость ни для поставщиков, ни для типографий. Это повторяется в нашей экономике с завидной регулярностью, поэтому, чтобы не наступать на те же грабли, каждое предприятие должно найти способ, как к этому адаптироваться. Нельзя назвать такого сегмента в российской экономике, который бы не был зависим от импорта. Да же в «импортозамещённом» сельском хозяйстве доля импорта очень высока. Искусственно сдерживать цены — не вариант, тогда разорятся все игроки по цепочке. Мы давно приняли решение работать со своими клиентами честно, в т.е., тем более что законодательство это позволяет. В моменты резкой волатильности мы предлагаем покупателям различные антикризисные программы.

Есть ли на производстве собственное печатное оборудование для тестирования готовой продукции? Как вы обычно тестируете новые продукты?

Наша готовая продукция — это лаки. Параметры лаков указываются для лабораторных условий нанесения в технических листах и в сертификатах анализа на каждую партию. Соответственно, качество произведённой продукции должно тестироваться на лабораторном оборудовании.

Для разработки новых материалов в лаборатории мы имеем возможность воспроизводить все способы нанесения (офсет, флексография, глубокая печать, трафарет), проверить различные параметры лака и свойства лаковой плёнки (вязкость, глянец, скорость высыхания, поверхностное натяжение, истирание, скольжение, возможность тиснения и горячей приварки).

В колористической лаборатории мы моделируем процесс печати (делаем цветную плашку), а затем в исследовательской лаборатории — процесс лакирования. Таким образом, становятся видны все особенности материала.

После лабораторных тестов мы тестируем новые материалы в партнёрских типографиях. И только после получения положительного заключения мы запускаем материал в серию. Кстати, пользуясь случаем, хочу предложить заинтересованным типографиям заключение договора о научно-техническом партнёрстве, при котором типография, предоставляя нам производственные мощности для тестирования, получает взамен эксклюзивные материалы и самые привлекательные цены.

Сейчас всё чаще можно читать новости о разработке противомикробных, антибактериальных и других подобных лаков. Вы также ввели их в ассортимент. Насколько велик спрос на подобные решения, и если да, то для выпуска какой продукции их используют?

Да, специалисты BALTINK тоже разработали такую линейку антибактериальных/антимикробных лаков Labitex Health. Мы предлагаем использовать их для изделий узко-



специализированных или многократного (долговременного) использования, например:

- стеновые панели из ПВХ для отделки медицинских помещений;
- защитные разделительные экраны из гофрокартона для учебных заведений;
- фармацевтическая упаковка;
- книги, пазлы, настольные игры;
- бумажные подложки для подносов в транспорте и заведениях быстрого питания;
- нетканые салфетки-накладки на пассажирские кресла в транспорте;
- этикетки для чистящих средств;
- этикетки для продуктов питания долговременного использования (растительное масло, упаковки каш, мюслей).

В каждом конкретном случае следует скрупулёзно проработать техзадание.

Подобные покрытия, безусловно, не окажут лечебного действия на организм человека в борьбе с вирусами, но помогут уменьшить негативное влияние на иммунитет, снизить риски, вызываемые распространением микробов и бактерий, поддерживая ресурсы организма и повышая его способность сопротивляться заболеваниям. Чистота — залог здоровья!

Независимая европейская лаборатория протестировала воднодисперсионный лак Labitex WB 700 Health на действие против двух типов бактерий и выдала сертификат ISO 20743:2013 (тестирование антибактериальных свойств на впитывающих основах), подтверждающий антибактериальную эффективность покрытия.

Лаки Labitex Health выпущены недавно, продажи уже есть, но пока небольшие. Тестирование продолжается в нескольких типографиях.

Чем ещё занимается ГК «Танзор», помимо собственного производства расходных материалов?

Мы активно занимаемся тем, что хорошо знаем и умеем, — производством и продажей расходных материалов для полиграфии. Продажи материалов импортного и нашего производства находятся в соотношении примерно 50/50. На драфте два

В ближайшее время возможны скорее качественные изменения полиграфического рынка, чем количественные. Отрасль будет меняться в сторону повышения экологической и потребительской безопасности. Цифровая печать будет всё больше проникать во все сферы печатной отрасли.

новых производственных проекта, которые мы уже скоро планируем вам представить. Ведём работу с производителями цифрового оборудования. Надеемся, в ближайшее время познакомим с ними наш рынок.

С целью диверсификации деятельности компании за счёт привлечения и развития новых направлений в июне этого года мы сформировали отдел развития под руководством Дмитрия Александровича Токманцева, от которого ждём больших побед в самом ближайшем будущем. В его планах и цифровая печать, и географическое развитие неохваченных регионов России и стран бывшего СНГ, и работа по флексографским фотополимерным материалам. Будем работать и в растущем сегменте гибкой упаковки.

Видите ли вы перспективу внаживании выпуска расходных материалов для цифровой печати — струйных чернил и лаков, тонера и т. п.?

Конечно, видим! Жидкие расходники (краски, чернила и др.) всегда находятся в числе приоритетных разработок нашей компании. Но в данном случае не всё так просто. Чтобы у типографий была заинтересованность переходить на чернила местного производства, материалы должны быть не только дешевле и не только не хуже уже имеющихся на рынке, но и рекомендоваться основными производителями цифровых печатных устройств: Epson, Mimaki, Ricoh, Kyocera, Konica Minolta и т. д., которые пока не спешат делить рынок со сторонними производителями. Но мы готовы работать в этом направлении.

Прогнозы, особенно сейчас, дело неблагоприятное. Но всё же — можете оценить, как для ГК «Танзор» за-

кончится текущий год по сравнению с 2019 г.? Что будет с рынками, на которых вы работаете?

Да, мы уже можем оценить предварительный результат нашей работы в 2020 г., и он будет лучше, чем в 2019 г. Целенаправленная и уверенная работа всех наших подразделений на рынке упаковки и этикетки — самых непотопляемых сегментах — даёт о себе знать, обеспечивая нам прирост оборота. В этом году мы усилили свою рекламную и маркетинговую работу, больше стали общаться с клиентами, в том числе используя современный онлайн-формат. Результат от продвижения новых материалов стал заметен сразу. Надеемся, что 2021 г. мы отработаем ещё активнее.

На мой взгляд, в ближайшее время возможны скорее качественные изменения полиграфического рынка, чем количественные. Ёмкость рынка с годами сложилась. Если экономика страны в глобальном смысле не растёт, то роста потребления тоже ждать неоткуда. Хотя мы знаем, что на сегодняшний день объём потребления полиграфической продукции в России на душу населения сильно отстаёт от мирового. Отрасль будет меняться в сторону повышения экологической и потребительской безопасности. Эти процессы спровоцируют замену типов оборудования (например, традиционные УФ-лампы на светодиодные LED UV), замену материалов, используемых основ. Цифровая печать будет всё больше проникать во все сферы печатной отрасли. Это быстро, удобно, недорого. Наша задача — на меняющемся рынке не только не терять, но и наращивать свою долю.

В общем, как в любые времена, на рынке всегда найдётся место тому, кто готов и хочет работать! ▣