

Hornet to jedna z największych drukarni offsetowych w centralnej Polsce. Należy do grona Ekspertów Marki Fujifilm, czyli tych klientów japońskiego koncernu, którzy swoim doświadczeniem i rynkową renomą świadczą o najwyższej jakości jego produktów. Jesteśmy bardzo zadowoleni ze współpracy – mówi Krzysztof Majchrowicz, wiceprezes drukarni.

■ ■ ■ Drukarnia Hornet: Ekspert Marki Fujifilm

Inwestycji nigdy za wiele



■ ■ ■ Hornet to firma o uznanej marce na rynku poligraficznym. Jakie były jej początki w branży?

Właściciele drukarni pracują w poligrafii od 35 lat i doskonale znają ten rynek. Hornet w obecnej postaci – z biurami i halami produkcyjnymi – działa od ok. 10 lat. Od 2001 r. firma przeżywa gwałtowny rozwój. Najpierw zakupiono nową działkę, na której w 2002 r. stanęła hala produkcyjna o powierzchni 2700 m²; przeniesiono do niej część produkcji ze starych oddziałów. Rok później dobudowano drugą część hali, co pozwoliło osiągnąć łączną powierzchnię ponad 5000 m². Do nowego budynku trafiła całość wyposażenia drukarskiego i intrologatorskiego firmy.

Dzisiaj Hornet posiada własny dział prepressu w oparciu o system CtP firmy Fujifilm, drukarnię z maszynami zwojowymi i arkuszowymi oraz kompletną intrologatorię. Uzupełnieniem części produkcyjnej jest dział logistyczny, który zajmuje się spedycją gotowych produktów.

■ ■ ■ Jaką produkcję wykonuje Hornet?

Od początku skupiliśmy się na druku akcydensów na papierach samokopiujących i offsetowych, przy okazji stale rozbudowując dział druku kolorowego (broszury, etykiety, oprawa zeszytowa, składanka komputerowa z nadrukiem komputerowym, bloczki samokopiujące). Profil produkcji jest naturalną konsekwencją sytuacji panującej na rynku oraz wymagań naszych klientów. Z tego powodu w drukarni rozwinęliśmy segment związany z obsługą wydawnictw dziecięcych, obserwujemy również rosnącą liczbę zleceń na druk kalendarzy jedno- i wieloplanszowych w spirali.

■ ■ ■ Konkurencja panująca na rynku poligraficznym w Polsce sprawia, że drukarz pragnący utrzymać swych klientów jest zmuszony do ciągłych inwestycji. Czy także z perspektywy Państwa drukarni ta obserwacja jest prawdziwa?

Rozmawiał
Piotr Orliński
Fujifilm Polska

Rynek w ciągu ostatnich lat bardzo dynamicznie się rozwinął i coraz częściej czujemy na plecach oddech konkurencji. Wymagania klientów rosną i w zasadzie z każdym kolejnym zleceniem poprzeczka podnoszona jest coraz wyżej. Ma to tę dobrą stronę, że skłania nas do inwestycji i ciągłej pracy nad rozwojem biznesu. W poligrafii nie ma czasu na odpoczynek, cały czas odczuwamy presję, by usprawniać logistykę, skracać czas wykonania zlecenia oraz ulepszać obróbkę po druku.

■ ■ ■ Jednym z elementów planu rozwoju drukarni była budowa cyfrowej przygotowalni, w której stanął system fioletowy Fujifilm Luxel 9600. Dlaczego wybraliście właśnie tę markę?

Wpływ na nasz wybór miały na pewno bliskie kontakty drukarni Hornet z Man Roland Polska, który w przeszłości zajmował się sprzedażą CTP marki Fujifilm. Okazało się, że jakość i wydajność systemu doskonale odpowiada naszym wymaganiom. Docenili to także klienci, którzy po inwestycji zwiększyli ilość zamówień. Dodam, że maszyna, którą kupiliśmy, była pierwszą naświetlarką sprzedaną w naszym kraju przez nowo utworzony dział w Fujifilm Polska.

■ ■ ■ Na współczesnym rynku naświetlarek utrzymały się właściwie tylko dwa systemy: termiczny i fioletowy. Do dziś trwa dyskusja, który z nich jest lepszy. Czemu wybraliście fiolet?

Ponieważ pod względem oferowanej jakości nie odbiega od systemów termicznych, a jest technologią o dużych perspektywach rozwoju i doskonałą wydajnością (naświetla do 30 płyt/godz.). Specyfika naszej produkcji wymagała właśnie takiego rozwiązania i czas pokazał, że się nie pomyliliśmy.

■ ■ ■ Skoro zgodziliśmy się już, że bez kolejnych inwestycji trudno utrzymać się na rynku, proszę zdradzić czytelnikom, jakie są dalsze plany rozwojowe drukarni Hornet?

Reakcja na potrzeby klientów wymaga od nas dalszej rozbudowy drukarni. Prócz odnowienia już istniejącego parku maszynowego zamierzamy zainwestować w nową maszynę w formacie B1. Chcemy również uzupełnić introligatornię o nowe

falcerki i gilotyny, bo drukować potrafi niemal każdy, ale wykończyć gotowy druk już nie każdy.

■ ■ ■ Jesteście Państwo posiadaczami tytułu Eksperta Marki Fujifilm, a dzisiaj otrzymaliście także certyfikat „Zielonej Drukarni”, którym nagradzane są firmy pracujące na ekologicznych produktach Fujifilm i dbające o stan środowiska naturalnego. Czy te tytuły przynoszą wymierne korzyści?



Naturalnie. Zmienia się sposób postrzegania firmy. Nasi klienci zwracają uwagę na to, czy drukarnia bierze aktywny udział w życiu poligraficznym i czy dba o ekologię. Dzisiaj spełnianie określonych standardów technicznych i środowiskowych, poszanowanie praw pracowniczych i tworzenie przyjaznego klimatu wewnątrz firmy to jeden z nieodzownych warunków sukcesu każdego biznesu – także poligraficznego. ■

Artykuł sponsorowany

*Krzysztof Majchrowicz,
wiceprezes drukarni
Hornet*

■ ■ ■ Program Ekspert Marki Fujifilm

Program Ekspert Marki Fujifilm gromadzi ludzi pasjonujących się poligrafią, którzy mają bliski kontakt z produktami tej firmy. Eksperti Marki wpływają na rozwój brandu Fujifilm poprzez swoje uwagi i sugestie podczas organizowanych cyklicznie spotkań. Uczestnictwo w programie wiąże się z cyklem spotkań szkoleniowych dla tej elitarnej grupy, prowadzonych przez międzynarodowy personel techniczny, na co dzień niedostępny dla użytkowników rozwiązań firmy Fujifilm. Udział w programie daje możliwość wyjazdu na „European Expert Meeting” w Düsseldorfie i osobistego uczestniczenia w pokazach nowości technologicznych ze świata poligrafii.