



Nigdy się nie poddajemy

O nieustającym rozwoju, sztuce wartościowej współpracy z klientami oraz o tym, jak zapewniać im produkty wysokiej jakości, jednocześnie priorytetowo traktując dbałość o aspekty ekologiczne, rozmawiamy z Tomaszem KOROŚCIKIEM – właścicielem i prezesem obchodzącej w tym roku jubileusz 30-lecia drukarni Oltom, specjalizującej się w produkcji opakowań klasy premium dla branży farmaceutycznej, kosmetycznej, spożywczej i high-tech, oraz produktów komercyjno-reklamowych.

Jakie są główne segmenty działalności drukarni Oltom?

Bazujemy na produkcji opakowań klasy premium. Naszymi klientami są przede wszystkim duże (ale nie tylko) firmy z branż farmaceutycznej, kosmetycznej, technologicznej i spożywczej, które oferując produkty z górnej półki, chcą im zapewnić wysokojakościową szatę zewnętrzną. Oferujemy im nie tylko jakość, ale też niezawodne, terminowe dostawy i profesjonalną obsługę.

Drugim bardzo ważnym działem jest druk produktów komercyjno-reklamowych, również klasy premium; są to m.in. plakaty, ulotki, foldery, katalogi oraz materiały POS (np. wobblersy czy etykiety cenowe). Wśród naszych zleciendawców jest wiele znanych marek, które z naszą pomocą realizują np. skoordynowane kampanie reklamowe na całą Europę (zajmujemy się także ich logistyką), ale w tym gronie nie brak luksusowych brandów, które składają mniejsze zamówienia, ale wymagające szczególnego zaangażowania.

Wykonujemy także ekskluzywne albumy i artbooki dla muzeów, galerii sztuki i domów aukcyjnych. Są to niewielkie produkcje, ale bardzo wyrefinowane. Ta działalność, wynikająca z mojego zamiłowania do sztuki, nie jest dochodowa, ale podnosi prestiż drukarni oraz – co istotne – pomaga zespołowi zwiększyć wrażliwość na jakość i detal, co potem przenosimy do masowej produkcji.

Jednak dziś jesteśmy nastawieni przede wszystkim na opakowania.

Czy to oznacza, że w tym obszarze dokonali Państwo inwestycji, by zwiększyć możliwości i moce produkcyjne?

Na przestrzeni ostatnich lat dokonaliśmy wielkiego wysiłku, by rozwinąć ten biznes. Cały projekt inwestycyjny został opracowany i zrealizowany z uwzględnieniem potrzeb nowoczesnej, zrównoważonej i wydajnej produkcji opakowaniowej.

Nasz kompleksowo wyposażony park maszynowy bazuje na rozwiązaniach z portfolio Heidelberga, dzięki

czemu wszystkie etapy produkcji są kompatybilne. Mam tu na myśli cały system prepress, trzy linie drukujące oraz (z pewnymi wyjątkami) dział postpressu. Aby móc utrzymywać jakość premium, całe wyposażenie oparliśmy na maszynach półformatowych – w zakładzie pracują trzy maszyny Speedmaster XL 75. Najstarsza z nich drukuje w technologii konwencjonalnej, w pięciu kolorach (CMYK + lakier); druga linia – pracująca od niemal pięciu lat – także oferuje druk pięciokolorowy, ale w technologii UV LED; natomiast najnowsza, zainstalowana w maju ubiegłego roku, ma siedem stacji drukujących i jest to rozwiązanie hybrydowe (druk konwencjonalny i UV).

Wynika z tego, że firma intensywnie się rozwija.

Tak, zdecydowanie. Oltom to firma rodzinna – 30 lat temu założył ją mój tata, a ja od dziewięciu lat samodzielnie ją prowadzę. Cztery lata temu przeprowadziliśmy się do nowoczesnego zakładu, który sukcesywnie doposażaliśmy, jednocześnie pracując



nad poszerzeniem bazy klientów. Także załoga znacząco się zwiększyła – dziś mamy prawie 80 etatów, podczas gdy wcześniej było ich zaledwie 16. Notujemy czterokrotny wzrost zamówień, głównie dzięki opakowaniom. Wynika to z przeprofilowania działalności – przez lata dominowała u nas produkcja akcydensów reklamowych, natomiast podczas pandemii sytuacja się odwróciła – teraz 80% produkcji stanowią opakowania. Epidemia COVID-19 sprawiła, że mieliśmy bardzo dużo pracy i pozyskaliśmy wielu nowych klientów. Część z nich przyciągnął nasz prężnie działający dział handlowy, ale nierzadko sami się do nas zgłaszali, bo ich stali dostawcy mieli np. problem z surowcem (my zaś mamy kontrakty podpisane bezpośrednio z fabrykami).

Boom na rynku opakowań spowodował, że w środku pandemii zdecydowaliśmy o zakupie kolejnych pięciu maszyn. Obecnie proces inwestycyjny jest już zamknięty, pozostała nam tylko optymalizacja procesów oraz pozyskanie większej liczby zagranicznych klientów – mamy poważne plany dotyczące międzynarodowej kampanii handlowej.

Co wyróżnia Oltom na tle konkurencji?

Przed wszystkim możemy się pochwalić, że wszystkie nasze produkty są bardzo wysokiej jakości i spełniają wymagania ekologiczne. Potwierdzają to certyfikaty ISO 9001, ISO 14001

i FSC. Cała nasza działalność jest oparta na filozofii zrównoważonego rozwoju – nie tylko jeśli chodzi o codzienne działania mające na celu ochronę środowiska i jego zasobów, ale też w takim duchu został zaprojektowany i zbudowany nowy budynek, także park maszynowy wyposażaliśmy z myślą o elastyczności i energooszczędności.

Naszą dumą jest wdrożenie zaawansowanego color managementu. Dzięki temu, że oferujemy system pełnej standaryzacji kolorystycznej znormalizowany według normy ISO, klienci mogą dokonywać akceptu kolorystycznego zdalnie, a powtarzalność przy wznowieniach jest stuprocentowa. To nie tylko nas wyróżnia, ale i ułatwia pracę, oszczędza czas i surowiec, tak dziś drogi i trudno dostępny. Zresztą od lat pracujemy z klientami zdalnie i dopracowaliśmy tę ścieżkę do perfekcji. Ta umiejętność oraz fakt, że mamy nienormowany czas pracy, dają nam dodatkową przewagę.

Klienci bardzo doceniają także nasz doskonale wyposażony dział projektowy, oferujący profesjonalne wsparcie technologiczne i inspirację. Wiele realizowanych przez nas produktów zostaje wymyślonych w procesie współpracy między klientem (który ma ideę), obsługującą go kreatywną agencją reklamową (która pomysł wizualizuje i tworzy kreację) oraz naszym działem konstrukcyjnym. Ponieważ my materializujemy projekt,

musimy mieć pewność, że jest on realny do wykonania i spełni oczekiwania klienta – zarówno jakościowe, jak i finansowe. Jesteśmy w stanie zaprojektować każde niestandardowe opakowanie z papieru lub kartonu, a także elementy pomagające sprzedać produkt w sklepie. Nigdy się nie poddajemy. Dzięki takiej filozofii współpracy zleceniodawca zawsze dostaje to, czego chce.

Wróćmy do ekologii. Wspomnieli Pan, że firma działa w zgodzie z tym trendem.

Kilka lat temu wykluczaliśmy z produkcji wszelkie techniki druku i uszlachetniania, które są w jakikolwiek sposób emisyjne i negatywnie wpływają na środowisko. Kupujemy wyłącznie surowce z certyfikatem FSC, od sprawdzonych producentów.

Ponadto cały budynek jest energooszczędny. Ogrzewamy go nadmiarem energii wytworzonej przez maszyny. W kwietniu br. uruchomimy własną elektrownię fotowoltaiczną o bardzo dużej mocy, która pokryje ponad 40% naszego zapotrzebowania na prąd (obecnie produkcję opieramy na certyfikowanej energii pochodzącej w 100% z OZE).

Zainwestowaliśmy w wiele udogodnień, wpływających nie tylko na oszczędność miejsca i energii, ale też dobrostan pracowników. Wymienię tu choćby magazyn automatyczny, oświetlenie w całej hali produkcyjnej imitujące światło dzienne oraz specjalne systemy filtrujące pyły i nawilżające powietrze.

Czy przy tak intensywnym rozwoju doświadczyliście kłopotów kadrowych?

Szczerze mówiąc – nie. Bazujemy na stałym, zgranym zespole, a z pozyskaniem nowych pracowników też nie mamy większych problemów. Mojemu tacie udało się wytworzyć kulturę pracy, którą do dziś z powodzeniem pielęgnujemy. W firmie panuje dobra atmosfera, a potwierdza to intensywny rozwój i imponująca samodzielność i zaangażowanie całej załogi. Nie brakuje pasjonatów, którzy sami wprowadzają wiele innowacji, a ja tylko stwarzam ku temu warunki. Bardzo cenię ich potrzebę rozwoju, ulepszania procesów, szukania i testowania nowych rozwiązań, ale przede wszystkim to, że mogą na nich polegać.

Zarządowi i pracownikom firmy Oltom
życzymy samych sukcesów z okazji jubileuszu!

Do drukarni powrócimy również w numerach 5/2023 i 9/2023.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY