

Sz. Variáns, a csomagolásguru

Matusek-Faludi Viktória

„Lenyűgöznek minket a csomagolások. Valószínűleg azért, mert sokkal összetettebbek, mint a hagyományos nyomdai kivitelezés. Talán pont ezért is szeretjük annyira. Mi nem csupán dobozolunk. Sokkal inkább izgalmas, alkotó tevékenységként tekintünk a csomagolásokra.”

Számos hazai és nemzetközi versenyt nyertek termékeikkel. A budapesti irodával is rendelkező csomagolóanyag-gyártásra specializálódott vállalkozás különleges termékekkel, szemlélettel és gépparkkal rendelkezik. Szakál János ügyvezető igazgató úrral beszélgettünk.

Emocionális vagy gazdasági döntés volt a két újabb értéknövelt nyomat előállításához szükséges berendezés, az MGI és a Highcon beszerzése?

Mindkettő beruházás emocionális döntés volt, amit a gazdasági számítások megerősítettek.

A Highcon beruházás elkerülhetetlen korszerűsítési döntés volt, annak ellenére, hogy házon belül saját kimetszőszerszám-készítő üzemet működtetünk. Kiszélesedett a kimetszésben elérhető lehetőségek spektruma. Olyan apró elemekből álló áttört mintázatok kivitelezésére is lehetőségünk van, ami az analóg technológiával nem oldható meg, és a rigid box elemeinek hajtásélkönnyítése soha nem látott pontosságot



tesz lehetővé a lézeres vágással. Ugyanakkor a berendezés a kieső elemek kitöréséről is gondoskodik.

Erre kézzel fogható példa e kiadvány borítója is, amiről bővebb tájékoztatást az 7. oldalon olvasható „Így készült!” cikkünk ad.

Az MGI első látásra szerelem volt. 2016-ban egy milánói szakvásáron láttam először és a mintanyomatok meggyőzőbbek voltak minden más technikai leírásnál. Azért látogattunk el erre a vásárra, mert inspirációkat, új csomagolási megoldásokat kerestünk. Ilyenre is láttunk példát, de a legnagyobb hatást ez a digitális felületnemesítéssel előállított nyomatminta tette ránk. Ezt az érzést ahhoz tudnám hasonlítani, amikor egy átlagos hétköznapi életed egyik meghatározó fordulópontjává válik. Emlékszel minden részletre, miről beszélgettetek, milyen ruha volt raj-





ad, mit ettetek, amikor először találkoztál életem szerelmével. Ez az érzés összetéveszthetetlen, pontosan tudod, hogy ezt szeretnéd. Na, így van ez a gépvásárlásnál is. Mint az élet legtöbb döntése emocionális, megszületik a vágy és aztán meg támogatjuk észérvekkel a választásunkat.

Boldogan hoztam haza a mintaívet, amit a bemutatón kaptam, aztán minden megrendelőnek mutogattam, hogy ilyen beruházást tervezünk. Hosszasan érleltem a vásárlási döntést, ízlelgettem, nézegettem az első B3-as berendezést, ekkor még nem éreztem érettnek a piacot a technológiára, de hamarosan további gépeket installáltak, már három-négy helyen alkalmazták a digitális felületnemesítést és ekkor erősebb lett bennem a vágy, mint az óvatosság. Először egy másik berendezést szemeltem ki, de az MGI műszaki paraméterei meggyőzőbbek voltak számunkra. Megszületett a döntés, de a gép még nem érkezett meg. Már nem szívesen mutogattam a nyomatmintákat, mivel volt olyan megrendelő, aki azonnal szerette volna alkalmazni az MGI felületnemesítési lehetőségeit, amire mi felkeltettük az érdeklődést és aztán türelmet kellett kérnünk, hogy kivárja, amíg nálunk is elérhető lesz.



A MGI és a többi digitális felületnemesítési technológia arról híresült el a magyar piacon, hogy drága. Mit gondolsz erről?

Ez nem így van, ha a nyugat-európai kivitelezési árakat vesszük alapul, akkor az átlagos kitöltési aránnyal rendelkező, felületnemesítéssel készített termékek a hétköznapi árkategóriába tartoznak. A hazai viszonyokat tekintve 5000 ív felett az analóg technológia a gazdaságosabb, de 5000 ív alatt pedig egyértelműen az MGI éri meg jobban. A példányszámtrendeket figyelembe véve, kedvezőbb a digitális megoldás az analóghoz képest. Jó áron kell eladni a műveletet, ügyelve arra, hogy a megrendelő és a kivitelező is jól járjon. Nem vagyok híve a túlárzott újdonságoknak, de a tisztességes árrést a jövőbeli fejlesztések érdekében be kell építeni az árba.

Van kedvenc csomagolásod?

Például a WorldStar díjas St. Andrea borászat csomagolását nagyon kedvelem. Túl azon, hogy díjat is nyert a csomagolás, nagyon szép, letisztult tipográfiát kaptunk, amihez az anyagválasztás, a csomagolás terve és a márka többi kiegészítő apró eleme mind nálunk kelt életre, és egy harmonikus, minden részletében élvezhető arculatá állt össze.

Sok díjnyertes csomagolást kiviteleztetek. Van ezeknek a termékeknek közös jellemzője?

Igen. Az a közös bennük, hogy mindegyik egy márkát képvisel sikeresen. Az utóbbi tíz évben tudatosává vált a magyar piacon is a márkaépítés, szemben az előző harminc év gyakorlatával. Nem világmárkákról van szó, a regionális igényeket kielégítő kisvállalkozásoknak is fontos az igényes, rájuk jellemző egyedi megjelenés, ez a sikerességük titka. A termékek megjelenése

komplexé vált, például egy cukrászdában a saját márka megjelenítése a legapróbb részletig fontos, gondoljunk csak arra, hogy a szalvétától a kávéscsészén, a csokoládésbögrén át még a süteményt díszítő csokoládétallér vagy a fehér krémre szórt kakaópor is megjeleníti az adott márka arculati elemeit.

Az Sz. Variáns nagy gondot fordít a minőség-tanúsítási rendszer kiépítésére, működtetésére és folyamatos fejlesztésére. Hogy fér össze ez a szemlélet az általatok képviselt kreatív műfajjal?

Nemcsak összefér, egyenesen feltétele is a kreatív munkának a rend és a rendszer, amit a Lean biztosít számunkra. A kreativitás fegyelmezettséget, összeszedettséget, alaposítást követel, már rég a múlté a művészi rendetlenség bohókás világa.

Az Sz. Variánst kezdettől fogva olyan egyedi specialitások jellemezték, mint a papírtáskagyártás, saját stancszerszám-készítő műhely, rigid box gyártósor, újabban lézeres kimetszés és a digitális felületnemesítés.

Ezek nem azért jöttek létre, mert elsőként akartunk lenni valamiben, hanem a napi feladatok elvégzésével folyamatosan alakítottuk, tökéletesítettük



a cégét és apró lépések vezettek az egyedi termékpaletta kiépítéséhez. A saját talentumunkat teljesítjük ki, sok szakmai alázat és munka van a sikereink között. Harminc éve napi tíz órát dolgozom és a kollégáim is hasonlóan elkötelezettek. Soha nem hittem abban, hogy egy kitűzött növekedési terv folyamatos valódi fejlődést hozna. Szerintem a növekedés a tehetség és a szorgalom által valósul meg. El kell fogadnunk a korlátainkat, de nem kell megelégednünk kevesebbel, mint amire képesek vagyunk. E két dolog egyensúlyának megteremtése tartja harmóniában a cég működését.

