

СВЕТОГОРСКИЙ ЦБК – 137 ЛЕТ НА ПОЛЬЗУ ОБЩЕСТВА

КОМПАНИЯ «СВЕТОГОРСКИЙ ЦБК» ВОТ УЖЕ МНОГО ЛЕТ ПРОИЗВОДИТ ОФИСНУЮ И ОФСЕТНУЮ БУМАГУ, ХИМИКО-ТЕРМОМЕХАНИЧЕСКУЮ МАССУ, КАРТОН ДЛЯ УПАКОВКИ ЖИДКИХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ, А ТАКЖЕ ДРУГИЕ ВИДЫ КАРТОНА. СВЕТОГОРСКИЙ ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ КОМБИНАТ НОСИТ ОДНОИМЕННОЕ НАЗВАНИЕ С ГОРОДОМ СВЕТОГОРСКОМ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, В КОТОРОМ ОН РАСПОЛОЖЕН, НА РАССТОЯНИИ ПРИМЕРНО 190 КМ ОТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА. В 2024 ГОДУ КОМБИНАТУ ИСПОЛНЯЕТСЯ 137 ЛЕТ. НАКАНУНЕ ДНЯ РОЖДЕНИЯ, 12 ИЮНЯ, РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ ПООБЩАЛАСЬ С АРТЕМОМ ДУНАЕВЫМ, ДИРЕКТОРОМ ПО МАРКЕТИНГУ И ПРОДАЖАМ ОФИСНЫХ БУМАГ, РОССИИ, НПАО «СВЕТОГОРСКИЙ ЦБК». БЕСЕДУ С НИМ ПРЕДЛАГАЕМ ВНИМАНИЮ ЧИТАТЕЛЕЙ.

— Почти два года назад у вас в компании произошли значительные изменения — поменялись название и собственник, компания стала российской, полагаем, что изменились и условия для ведения бизнеса на рынке. Чего удалось достичь за это время, чем гордится ваша компания?

Действительно, мы все с вами живем и ведем свою деятельность во времена глобальных изменений, бизнес ощущает это на себе особенно явно, поэтому мы в компании стараемся быстро адаптироваться под новые условия рынка. Не секрет, что за последние два года мы столкнулись с целой чередой разных вызовов. Но мы не испугались, а наоборот, использовали их для развития компании и нашего бизнеса.

Например, в 2022 году комбинат столкнулся с острой нехваткой химикатов для отбеливания. Силами наших сотрудников буквально за несколько недель был запущен новый продукт — офисная бумага из полубеленой целлюлозы SvetoCopy ECO. Она сразу заняла свою нишу, и сегодня это универсальная офисная бумага, которая подходит как для цветной, так и черно-белой печати. SvetoCopy ECO производится без использования хлора и оптического отбеливателя, что позволяет снизить воздействие на окружающую среду, включая сокращение углеродного следа. Обратим внимание, что на пачку бумаги нанесен знак «Лесной эталон», это подтверждает, что при заготовке древесины не только соблюдается лесное законодательство, но и выполняются дополнительные экологические и социальные требования.



Важно сказать, что приказом Росстандарта от 18 ноября 2022 г. № 1320-ст утверждено изменение в ГОСТ Р 57641–2017, предусматривающее добавление офисной бумаги марки «Сэ», произведенной с использованием частично беленой целлюлозы. В марте 2024 года Минпромторг России начал рекомендовать офисную бумагу марки «Сэ», которая производится в Российской Федерации, для закупки и использования для государственных и муниципальных нужд. В ассортименте производимой нами продукции такая бумага как раз представлена офисной бумагой SvetoCopy ECO.

— Расскажите, пожалуйста, о других видах производимой на Светогорском ЦБК продукции.

Еще один стратегически важный производимый нами продукт — офсетная бумага SvetoPrint, которая используется нашими клиентами для производства книг, брошюр, буклетов, ежедневников и многого другого. Такую бумагу мы производим в граммах от 65 —

до 100 грамм, чтобы удовлетворить любые запросы потребителей. Еще одно направление, которое мы развиваем, это производство упаковочного картона и картона-основы для упаковки жидких продуктов.

Мы также уделяем внимание продажам непрофильных продуктов, которые возникают как побочные продукты при производстве целлюлозы и получают путем глубокой переработки, речь идет о скипидаре и талловом масле. Мы ищем новых партнеров и создаем ценность для их цепочки производства. Например, наши продукты могут быть интересны в таких отраслях промышленности как фармацевтика, лакокраски и растворители.

— Расскажите про такой продукт, как химико-термомеханическая масса БХТММ. Он тоже производится в Светогорске?

Это действительно продукт, который заслуживает отдельного внимания, он производится на Светогорском ЦБК и предназначен для сегмента B2B. Мы называем его коротко — ХТММ — и раньше мы никак не продвигали его с точки зрения маркетинга, так как производили в основном для собственных нужд и экспортных рынков. Но недавно начали целенаправленно развивать данный продукт на российском рынке, активно работаем над узнаваемостью уникального бренда SvetoPulp. Конечно, нашу ХТММ хорошо знают постоянные клиенты, но мы рассказываем о том, что этот продукт может быть востребован и в тех сегментах, где раньше никогда не использовался, либо крайне мало применялся. В целом, мы занимаемся этим рынком около 15 лет, поэтому хорошо его понимаем, консультируем наших партнеров и инвесторов.



С точки зрения оптимизации затрат, этот продукт очень привлекательный прежде всего в производстве тисью (туалетная бумага и салфетки), а также других продуктов, например, отделочной бумаги для ламинатов.

Важно отметить, что стоимость ХТММ на 10–15% ниже лиственной целлюлозы и выгодна ввиду снижения затрат на производство конечного продукта для потребителя. По нашим оценкам, при потреблении 20 тыс. тонн волокна в год общий положительный эффект от использования ХТММ может достигать 8–17 млн рублей. Кроме того, у нас есть примеры, когда использование ХТММ может замещать другие виды сырья в строительной, пищевой и других специфических отраслях. Сейчас мы с ними развиваем партнерство.

— Вы производите и продаете продукцию, которой можете по праву гордиться! Например, ваши бренды офисных бумаг известны и популярны не только в России, но и за рубежом. Какие у вас планы по развитию бумаги для офиса, чем вновь порадуете?

Действительно офисные бумаги, это, наверное, корневой продукт, и он останется в стратегической перспективе, будет генерировать и выручку, и прибыль компании, поэтому мы с особым вниманием подходим к эффективному продвижению наших брендов офисных бумаг — Ballet и SvetoCopy.

В 2024 году мы отмечаем 25-летний юбилей бренда Ballet. В 1999 году Светогорский ЦБК был первым комбинатом в России, который начал производство офисных бумаг «премиум»-класса. За годы своего развития бренд завоевал доверие со стороны потребителей благодаря стабильно высокому качеству, актуальности на рынке, широкой продуктовой линейке, яркому запоминающемуся образу, и к настоящему моменту география продаж насчитывает более 50 стран, а общий объем продаж исчисляется сотнями железнодорожных вагонов! Специально к юбилею бренда мы подготовили и выпустили в свет: пресс релиз, рекламные материалы, которые распространяем в том числе через каналы наших клиентов, красочную презентацию с интересными фактами о бренде, которую вы можете посмотреть на сайте www.ballet-paper.com.



Мы очень гордимся нашими брендами — у них богатая история, и при этом они продолжают развиваться, постоянно удивляя своих потребителей! Так, в этом году мы запустили масштабную коммуникационную кампанию «SvetoCopy — в природе офиса»!

В любом офисе нам так же привычно слышать звук печатающего принтера, как в роще — шуршание листьев. В компании «SvetoCopy — в природе офиса» мы предлагаем разнообразные форматы взаимодействия с брендом: мини-сериал об офисной жизни с телеведущим и юмористом Азаматом Мусагалиевым в роли начальника одного из офисов, игры с конкурсной механикой и призами, а также сборник познавательных фактов о производстве бумаги и ее использовании на работе и в быту. Специально для кампании разработан сайт, где доступны все ролики к просмотру и размещена информация по акции кампании.



Все это сделано для того, чтобы еще раз подчеркнуть — что бы ни происходило, неизменной в природе офиса остается бумага SvetoCopy.



— Какие стратегические цели по развитию ставит перед собой компания?

Комбинат имеет давнюю историю, которой мы гордимся и стараемся сохранить лучшее. При этом мы нацелены на то, чтобы внедрять инновации и современные технологии. Например, мы работаем над программой по развитию бумагоделательской машины, в частности, нашей картонной машины, также занимаемся развитием целлюлозных заводов на перспективу.



Мы стремимся быть компанией первого выбора для наших клиентов. При этом, под «клиентами» мы подразумеваем несколько групп целевой аудитории: наши дистрибьюторы, конечные пользователи, сотрудники компании и потенциальные кандидаты, в том числе — молодежь.

— Раз уж вы упомянули про команду, давайте поговорим про то, как вы проводите работу по привлечению и удержанию сотрудников: испытываете ли кадровый дефицит, как работаете с брендом работодателя?

В целом, сейчас многие компании испытывают дефицит в кадрах, и каждая компания решает эту задачу по-своему. Мы подошли к этому вопросу с научной точки зрения и в первую очередь провели большое исследование среди наших сотрудников по факторам привлечения и удержания персонала. Мы спрашивали, что больше всего нравится, а что хотелось бы изменить в компании, с чем или кем ассоциируется образ компании и почему. В результате мы получили очень интересные и качественные данные, на основе которых построили платформу бренда работодателя «Светогорского ЦБК». Его суть — прочный фундамент для новых идей и развития, который мы транслируем через слоган «Держайте! Мы поддержим».

Сейчас перед нами стоит задача продолжать строить знание о бренде работодателя: через публикации в актуальных СМИ и социальных сетях, на карьерных страницах, распространение рекламных материалов, участие в днях карьеры и ярмарках вакансий, профильных форумах, курсах. План мероприятий на 2024 год просто огромен.

Мы рады, что у нас есть эксперты, которые занимаются развитием «Светогорского ЦБК» как привлекательного и надежного работодателя, и всегда рады видеть в своей команде талантливых людей. А для студентов и выпускников мы готовы предлагать интересные возможности для профессионального роста и развития в компании с богатой историей длиной в 137 лет!

www.sveto-paper.com

