

**PAPIEROWYDIZAJN.PL - „PAPIER TO JEJ PIERWSZA MIŁOŚĆ”**

# Owoc papierowej pasji

Agnieszka Cegła to przede wszystkim fascynatka papieru i wszystkich jego możliwych zastosowań - to właśnie one znajdują się w centrum zainteresowania prowadzonego przez nią bloga papierowydizajn.pl. W rozmowie z Agnieszką Cegłą, product manager w firmie Europapier-Impap, pytamy ją m.in. o to jak trafiła do branży papierniczej i dlaczego zdecydowała się na prowadzenie bloga dedykowanego kreatywnym zastosowaniom papieru.

## **Jak trafiłaś do branży papierniczej?**

Papier jest mi bardzo bliski i od zawsze mnie interesował - odkąd pamiętam fascynowało mnie to, co z niego powstaje i w jaki sposób można go wykorzystać.

Zawodowo z papierem związana jestem właściwie od 16 roku życia. Moja mama wraz z wujem założyli funkcjonującą do dziś firmę papierniczą - Elmar Papier, w której, będąc jeszcze w liceum, po raz pierwszy zetknęłam się z tematem profesjonalnego zastosowania papieru. Stopniowo zapoznawałam się ze specyfiką branży, by w końcu zająć stanowisko product managera w firmie. Kolejnym szczeblem w służbowej hierarchii było już tylko stanowisko prezesowskie, co nie wchodziło w grę, ponieważ funkcje te sprawowali właściciele.

## **To dlatego po ponad dziesięciu latach w Elmar zmieniłaś na pewien czas branżę?**

Powodem zmiany było przede wszystkim to, co w pewnym momencie stało się na rynku. Oczywiście również praca w firmie rodzinnej jest specyficznym wyzwaniem, jednak to zmęczenie narastającymi, w szczególności finansowymi problemami branży, jak zaległości w re-

gulowaniu należności i brak płynności, było tu głównym powodem.

## **Po prawie trzyletnim romansie z gastronomią wracasz do papieru.**

Cechą charakterystyczną branży gastronomicznej w kontekście stanowiska managera sprzedaży kilku restauracji jest krótkotrwałość relacji z klientami. Nie do końca mi to odpowiadało, ponieważ wcześniej branża papiernicza nauczyła mnie pielęgnowania relacji z odbiorcami - relacji, które z założenia powinny być jednym z najważniejszych elementów długotrwałej współpracy. Relacyjność to w poligrafii jedno z podstawowych narzędzi sprzedaży.

Przyszedł taki dzień, w którym zaczęłam zastanawiać się nad zmianą, a miałam przy tym na tyle dużo szczęścia, że spokojnie można powiedzieć, że to praca znalazła mnie, a nie na odwrót. W okresie spędzonym w gastronomii nie osłabła także moja pasja do papieru, zawsze np., choćby w restauracjach, sprawdzałam na czym wydrukowane są dane materiały itd.

## **Czym w takim razie się obecnie zajmujesz?**

Jestem Product Managerem w Europapier-Impap. Zajmuję się całą ofertą dostępnych u nas papierów ozdobnych.

## **Tematem przewodnim naszego jubileuszowego, 150 wydania są nowości i innowacje. Jak na tym polu prezentuje się oferta Europapier?**

W obszarze nowości i na polu innowacyjnych produktów mamy naprawdę wiele do zaoferowania. Myślę, że nowością dla poligrafii jest Tyvek, który jest podłożem syntetycznym, włókniną wykonaną w stu procentach z polietylenu, bez dodatku kleju czy rozpuszczalnika. Wciąż stanowi on spore wyzwanie dla poligrafów, przez co nadal niestety jest niewiele firm w Polsce, które podejmują pracę z tym materiałem. Innowacyjność Tyvek odzwierciedlona jest nie tylko jego właściwościami, czyli tym, że podlega on pełnemu recyklingowi i może być np. klejony i zszywany, ale także aplikacjami, w których może zostać zastosowany - standardowymi obszarami jego zastosowania jest produkcja map czy wodoodpornych etykiet, jednak na dzień dzisiejszy jest on wykorzystywany także choćby do produkcji toreb, lamp czy



pokrowców, jak również butów, koszulek czy sukienek.

Innym innowacyjnym obszarem są papiery z wykorzystaniem masy spożywczej, czyli papiery warzywno-owocowe, w przypadku których 15% celulozy zastępowane jest masą spożywczą. Dostępny jest więc papier z kawy, orzechów, oliwek, cytrusów, kiwi czy wiśni i lawendy - każdy tego rodzaju papier nawiązuje przy tym kolorystyką do zastosowanego w jego przypadku składnika. Niewątpliwą zaletą jest tu także odpowiadająca udziałowi masy spożywczej redukcja wycinki drzew.

Innym bardzo ciekawym rozwiązaniem jest papier YUPO TAKO, przy czym tako znaczy ośmiorniczka. Ma on szczególną właściwość, tj. bez kleju przykleja się do wszystkich gładkich powierzchni. Dodatkową zaletą jest to, że może on być przemieszczany - odklejany dowolną ilość razy, a gdy traci swoje właściwości samoprzylepne wystarczy go tylko przemyć wodą, by znów, bez problemu przykleił do powierzchni płaskich i nie pozostawiał na nich żadnych śladów. YUPO TAKO jest wykorzystywany najczęściej do oklejania sprzątek AGD-RTV.

Rynek papierniczy wymaga innowacji. Coraz śmielej z innowacji tych korzystają także agencje reklamowe i projektanci. Z mniejszym entuzjazmem nowości i innowacje adaptują drukarnie, które muszą nauczyć się pracy z nieznanym i drogim papierem, który wymaga dodatkowo odpowiedniego przekalibrowania maszyn.

**Wspomniałaś o proekologicznej redukcji wycinki przy papierach warzywno-owocowych. Jak kontrargumentowałabyś, gdybym chciał Cię sprowokować i powiedział, że branża papiernicza jest jednym z największych trucielu w skali świata - przed podobnymi atakami musi przecież co pewien czas bronić się nie tylko branża papiernicza, ale i poligrafia w ogóle?**

Fabryki robią właściwie wszystko, by zmienić ten stereotypowy model postępowania branży papierniczej. To tak »

» polityka Forest Stewardship Council, w której sadzimy dokładnie tyle drzew, ile ścinamy, jak i wszystkie działania proekologiczne już w zakładach, czyli m.in. wykorzystywanie energii wodnej, wiatrowej czy słonecznej. Wszyscy wiodący producenci papieru walczą z tym stereotypem.

#### **Oferujecie papiery, których ślad CO<sub>2</sub> jest równoważony specjalnymi certyfikatami?**

Tak, oczywiście. Najlepszym przykładem jest tu papier firmy Mohawk, która nie tylko zminimalizowała ilość uwalnianych do atmosfery gazów cieplarnianych, ale

naprawdę kreatywne, ciekawe, a czasem łamią nawet utarty schemat myślenia o papierze. Stwierdziłam, że polskie rozwiązania wcale nie odbiegają poziomem od prac projektantów z innych krajów, więc taki blog będzie doskonałą platformą do tego, by pokazać jak wiele w obszarze wykorzystania papieru ma do zaoferowania Polska.

#### **O czym piszesz na blogu?**

Blog dedykowany jest oczywiście papierowi, jednak z podziałem na kategorie: moda, wydarzenia, książki, projekty, trendy oraz media.

**Agnieszka Cegła:** – Rynek papierniczy wymaga innowacji. Coraz śmielej z innowacji tych korzystają także agencje reklamowe i projektanci. Z mniejszym entuzjazmem nowości i innowacje adaptują drukarnie, które muszą nauczyć się pracy z nieznanym i droгим papierem, który wymaga dodatkowo odpowiedniego przekalibrowania maszyn”.

także rekompensuje ślad CO<sub>2</sub> certyfikatami farm wiatrowych.

#### **Blog, który prowadzisz jest „dumnie wspierany przez Europapier”. Jakiego rodzaju to wsparcie?**

Europapier promuje wszystkie zastosowania papieru i szczyli się nimi - to pewna misja, która zostaje odzwierciedlona właśnie na papierowydizajn.pl. Nie ograniczamy się przy tym wyłącznie do przedstawiania aplikacji wykonanych z produktów Europapier. Jeśli dane zastosowanie papieru jest kreatywne, posiada ciekawy efekt lub jest po prostu fajne, to znajdzie ono miejsce na prowadzonym przeze mnie blogu.

#### **Dlaczego w ogóle zajął się prowadzeniem bloga?**

Po prostu fascynuje mnie papier. Dodatkowym stymulantem jest interakcja z projektantami, ponieważ ich prace są

#### **Jak wygląda dotychczasowy rozwój bloga papierowydizajn.pl?**

Projekt wystartował dokładnie 17 grudnia - w skali pierwszych czterech miesięcy odnotowałam 10 tys. wejść, przy czym 8 tys. to wskaźnik wejść unikalnych. Przeciętny użytkownik wchodzący na bloga czyta dwa teksty, a jeśli chodzi o podział czysto metryczkowy, to blog preferowany jest przez mężczyzn, natomiast profil Facebook częściej odwiedzany jest przez kobiety. Co ciekawe, na Facebook'u polubiło nas już ponad 2200 osób, a bloga odwiedzają nie tylko użytkownicy z Polski, ale i np. Austriacy, Niemcy, Brytyjczycy czy Amerykanie.

#### **Jednak promocja papieru nie ogranicza się wyłącznie do samego bloga i mediów społecznościowych - widziałem, że uczestniczyłeś ostatnio w projekcie Elementarza Projektanta.**

Tak, to inicjatywa dla studentów z całej Polski, w której uczestniczyło ostatnio 1500 osób, a bilety na wydarzenie sprzedały się w ciągu zaledwie trzech dni. Elementarz Projektanta to inicjatywa dwóch studentek projektowania graficznego Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu, które wpadły na pomysł, by ich praca dyplomowa była właśnie konferencją know-how młodych projektantów. Na pierwszy ich event, ku zaskoczeniu wszystkich, przyszło 800 osób, a zainteresowanie spotkaniem było na tyle duże, że dziewczyny postanowiły zorganizować jego kolejne edycje. Jest to o tyle ciekawe, że uczestnicy Elementarza Projektanta otrzymują w ciągu 2 dni konferencyjnych pakiet bardzo przydatnej, ale niestety nie udostępnianej w ramach studiów wiedzy praktycznej - prelegentami spotkania byli np. przedstawicielka urzędu miasta, prawnik, pracownicy kreatywnej agencji czy ich właściciele, którzy mówili o zakładaniu firmy, problemach prawnych, technikach negocjacji czy zarządzaniu czasem pracy własnej.

#### **Jakie było najciekawsze zastosowanie papieru, z jakim spotkałaś się tworząc bloga?**

Bardzo dużym zainteresowaniem cieszył się Pan Kalendarz. Z kolei na Facebook'u największe dotychczas uznanie przypadło w udziale w pełni funkcjonalnym, rozciągającym kilkumetrowym ławkom z tektury falistej. Mnie osobiście zachwyciły projekty londyńskiego ilustratora i rzeźbiarza Zacka McLaughlin, który w skali jeden do jednego odwzorowuje z papieru ptaki, np. kolibry.

#### **Jakie są Twoje plany i cele na przyszłość w odniesieniu do papierowydizajn.pl?**

Chcę dalej edukować możliwie najszersze grono odbiorców o tym, co się dzieje w branży papierniczej, ale przede wszystkim, jak wiele możliwości ma ona do zaoferowania w zakresie kreacji. Chciałabym także, aby papierowydizajn.pl stał się platformą komunikacji - wirtualnych spotkań.

ROZMAWIAŁ PIOTR GŁOWACKI