

# Эдуард Антонников: «ЗАНИМАЕМСЯ ТЕМ, ЧТО ЛЮБИМ И УМЕЕМ!»

**Ж**ивые тетради, оживающие раскраски,  
Интерактивные приложения и 4D-игры...  
Эдуард Антонников, заместитель генерального  
директора по продажам компании «Хатбер-М»  
обещает, что дальше будет ещё интереснее.



**Фетиш «Хатбера» — качество, но мы прекрасно знаем, как это отражается на цене (она растёт). Что делать?**

Действительно, со дня запуска собственного производства (а было это в далеком 2001 году), «Хатбер» особое внимание уделял качеству выпускаемой продукции. С тех пор наши внутренние требования только повышались. У продукции под маркой Hatber за 20 лет сложилась заслуженная репутация, которой мы дорожим и стараемся придерживаться. Качество Hatber воспринимается потребителем априори как высокое, нам доверяют партнёры как в России, так и в странах бывшего СССР.

Конечно, использование в производстве только качественного сырья и материалов, постоянные инвестиции в современное полиграфическое оборудование и многое другое не делают наш продукт самым дешевым на рынке. Радует то, что в последние годы качество выпускаемых большинством крупных российских производителей бумажно-беловых товаров заметно подравнялось. Помогли ограничения на

законодательном уровне в использовании несоответствующего сырья для производства продукции для школы. Так что, сейчас стоимость нашей продукции не отличается от стоимости на продукцию аналогичного качества уважаемых коллег по «цеху», а уж тем более компаний не имеющих собственного производства! А очень часто бывает и дешевле за счёт, в чём то, более эффективного производства.

Кстати, наша торговая марка в эконом-сегменте HatberVK соответствует всем внутренним и внешним требованиям по качеству, но за счёт достаточно узкого ассортимента и огромных тиражей конкурирует по стоимости практически с любыми предложениями на рынке!

Конечно, хочется делать и продавать больше продукции с «изюминкой» — с дорогой отделкой, с блоком из бумаги повышенной плотности и так далее. Что мы и делаем. Но не забываем и про эконом-сегмент! А чтобы цена не росла — постоянно занимаемся повышением эффективности работы производства и склада, совершенствуем бизнес-процессы в компании.

**3D-фольга, 3D-лак и более 300 дизайнов... Это действительно нужно школьнику или рынок диктует такие условия для ассортимента?**

Скорее не рынок диктует такие условия, а от нас, как от лидера отрасли, ожидают чего-то нового. Мы всегда стремились к усовершенствованию имеющихся технологий, к внедрению новых — это позволяет быть прогрессивными и интересными. Оборудование, которое позволяет делать все эти сложные сочетания фольги, лака, тиснения создает уникальную возможность для воплощения новых идей в дизайне. Да — возвращаясь к первому вопросу — это увеличение цены, но это так интересно!

И — ещё это очень красиво. А красота нужна этому миру. Помните? Она его спасёт.

**Кажется, что вы уже собрали все существующие технологии — живые 4D-тетради и пазлы, оживающие раскраски, интерактивный помощник HatberHelp ... — что дальше?**

Развитию нет предела, главное, чтобы в компании это не забывали, а у нас, поверьте, есть люди, ко-

торые держат руку на пульсе. Мы всегда открыты для нового! Иногда инновации приходят к нам сами, иногда мы являемся создателями прогрессивных и интересных идей. Здесь самое главное — быть самим открытыми, любознательными, незашоренными и прислушиваться ко времени, оно всегда подскажет правильный путь.

Вы забыли про фрагменты мультфильма, которые воспроизводятся при наведении камеры на QR-код. Поверьте, идей есть еще много. И они будут, как это водится, яркими.

**На рынке можно услышать мнение — «зачем отличный производитель ББП лезет в канцтовары, краски и т.д.». Зачем?**

Не очень красиво звучит — «лезет в канцелярию!»! Как будто не в своё дело! Наша компания, как я уже говорил, за 20 лет работы на рынке по праву приобрела репутацию не только производителя качественной продукции, но и надежного и удобного поставщика для своих партнеров! Расширять предложение для покупателя за счёт выпуска школьной канцелярии под ТМ Hatber мы начали еще в 2006 году. Работа над расширением ассортимента в этом сегменте ведется постоянно и на сегодняшний день он насчитывает около 1000 SKU.

Параллельно, все эти годы мы совместно с компанией «Рельеф-Центр» развивали офисную канцелярию под ТМ Berlingo. До определенного времени это всех устраивало, но «Рельеф-Центр» уже давно из регионального дистрибутора нашей продукции превратился в одного из крупнейших федеральных операторов, со своими торговыми марками, в том числе и в ББП, став тем самым нашим конкурентом. Поэтому два года назад нами было принято решение выпустить на рынок офисную канцелярию под ТМ Hatber. Сейчас мы предлагаем порядка 700 SKU, а к концу года планируем увеличить это количество до 900.

А зачем мы сюда «полезли»? Так всё просто! Это делается в первую очередь для того, чтобы представлять ещё больший интерес для партнёров, которые доверяют нашей марке!

Да и ни правильно не использовать наши дизайны, например, в текстиле. Прошлогодняя коллекция рюкзаков закончились уже мае. А коллекция этого года почти вся распродана ещё до прихода. Такая же ситуация и с пеналами!

**Какие новые проекты лицензионного портфеля нас ожидают? Вообще лицензионное направление вас радует в плане успешности, по сравнению с брендом Hatber?**

Лицензии, вообще, часто бывают как лотерея. Нельзя всегда выигрывать! Те, кто долго этим занимаются прекрасно всё знают и понимают. Лицензия может неожиданно выстрелить и наоборот. Сравнить лицензии с продажей собственной дизайнерской продукции не совсем корректно. Так как продажа лицензионного продукта зависит от узнаваемости и популярности лицензии, а продажи собственного продукта от его качества, дизайна и цены.

В нашем портфеле сейчас более 20 лицензий, много проверенных временем и имеющих устойчивый спрос. Есть новые, которые покажут себя в этом сезоне. Из них хочется отметить в первую очередь ASASIN и большой проект с Олимпийским комитетом РФ, который обещает стать глобальным и максимально узнаваемым в ближайшее время. В перспективе подписание ещё одной интересной лицензии, о которой, надеюсь, объявим на выставке.

**Настольные игры — это какая-то отдельная каста производителей, у которых всё особенное. Как вы ощущаете себя в этой нише? А еще ваши 4D-игры — такое вообще возможно, ведь измерений всего три?**

Настольные игры для нас — это новое направление, но весьма

успешное и интересное. Это большие возможности и точки роста для компании. У нас создан полноценный цех по производству настольных игр и пазлов, что особенно приятно, так как мы самостоятельно реализуем весь производственный цикл. Этот сегмент имеет важную составляющую успеха — творческий подход. Создавать такие продукты штампованно не получится, так как здесь успех зависит от наполнения — не только визуального, но и смыслового. Игра в своём роде становится социальным инструментом для коммуникации и развития детей. Поэтому важно тонко чувствовать этот рынок, познавать его и также усовершенствовать свои возможности.

Конечно, мы делаем первые шаги в этой индустрии. Нарбатываем опыт, понимание правил игры в настольные игры.

Что касается 4D — тут всё довольно просто. Это антистереотипное название. Раньше продукт назывался 3D-игрой, и сочетание «ТРИ ДЭ» уже почти фигурировало на упаковке. Но вовремя пришло понимание, что «ТРИ ДЭ» — это обязательно 3D-очки. А для наших интерактивных игр очки не нужны. Поэтому чтобы было понятно, что собой представляет продукт, было принято решение переименовать в «ЧЕТЫРЕ ДЭ».

**Чем компания удивит рынок в ближайшее время?**

Чтобы удивить по-настоящему — об этом лучше пока загадочно помолчать. Скажу лишь, что делается или будет делаться в самое ближайшее время. Это полное обновление сайта, новые маркетинговые акции для партнёров, производство новых продуктов, использование новых технологий в отделке и многое другое. Удивлять особо никого не стремимся, просто занимаемся тем, что любим и умеем! Но думаю, сможем это снова сделать до конца года или в начале 2018-го. 