



코닥, Evandro 아시아태평양 부사장 내한 기자간담회 각 인쇄사 맞는 '하이브리드' 솔루션 제공

코닥 아시아태평양 지역 마케팅 부사장·프리프레스 및 통합 워크플로 세일즈 매니저인 Evandro Matteucci씨가 지난 7월 4일 한국을 방문했다. 7월 5일 한국코닥(주) 사무실에서 Evandro씨를 만나 드루파2012성과와 코닥의 전략에 대해 들어봤다.

글 | 임남숙 기자 sang@print.or.kr

한국방문 목적은 무엇인가.

드루파2012 전시회 이후 아시아 지역을 순회하며 방문하고 있다. 드루파 전시회가 끝나자마자 인도를 방문했으며, 지난 주에는 일본을, 이번 주에는 한국을 방문하게 됐다. 이후 중국으로 이동할 계획이다. 한국은 7개월 만에 방문하는 것으로 이번이 세 번째로 방문이다. 아시아 시장에서 한국은 매우 중요한 역할을 하고 있다. 전반적으로 어려운 인쇄환경 속에서도 끊임없이 성장하고 있기 때문이다. 특히 한국은 하반기에 인쇄산업이 큰 폭으로 성장하는데, 그때 코닥에서 함께 할 수 있는 것은 무엇이 있을지 고민하고 있다.

드루파2012에서 코닥이 거둔 성과는.

이번 드루파2012에서 코닥은 총 10가지의 새로운 제품을 선보였다. 프로스퍼 6000XL 프레스, 프로스퍼 이미지 옵티마 이저 스테이션, 프로스퍼 S30 임프린팅 시스템, 넥스프레스 5

번째 이미징 유닛, 소로나 XP 무현상 판재, 프리너지 워크플로 6, 인텔리전트 프리프레스 매니저 2.0, 팀슨 T 프레스, 플렉셀 NX 시스템, 플렉셀 다이렉트 시스템 등이 그것이다. 이 제품들은 이미 현장에서 사용하고 있는 제품이기도 하고, 어떤 제품은 1년 이내에 상용화할 수 있는 제품들이다. 이처럼 다양한 신제품을 내놓은 코닥에 대해 전 세계 인쇄인들은 큰 관심을 보였다. 드루파2012 전시회 동안 아시아지역에서만 1천개 이상이 구매의사를 타진해왔을 정도다. 계약건수도 상당하다.

이번 드루파2012에서 코닥은 다양한 워크플로를 선보였다. 한국의 인쇄사에 추천해 주고 싶은 제품은.

최근 인쇄산업에서 이슈가 되고 있는 것은 자동화와 온라인을 통한 협업인데, 코닥에서도 이와 관련해 워크플로에 많은 투자를 하고 있다.

코닥에는 ‘롤 베이스 오토메이션(RBA)’이라는 솔루션이 있는데 자동화와 온라인 협업이 동시에 가능한 솔루션이다. 이 솔루션에 작업과정을 입력하면 보통 작업자들이 5번 이상의 클릭을 해야 하는 작업도 한 번만 눌러도 자동으로 이뤄진다. 그만큼 작업 시간을 줄일 수 있다. 위에서 언급했던 인텔리전트 프리프레스 매니저와도 연동이 가능한데, 실제로 드루파 전시회에서 아이패드 등을 통해 원격으로 작업 상황을 볼 수 있었다.

한국시장과 다른 나라 인쇄시장을 비교하면.

한국에만 존재하고 있는 출력소 시장은 굉장히 독특하다. 외국의 경우 대부분 인쇄사에서 필름이나 CTP를 출력하는데, 한국은 출력실이 별도로 있어 필름 및 CTP 출력을 하고 있는 것이 다른 점이다. 지난 방한에서 충무로를 방문했었는데, 많은 인쇄사와 출력실이 한 곳에 모여 있는 것에 놀랐다. 그런데 지금 출력시장은 필름에서 CTP로 넘어가고 있는데 아직까지 CTP와 워크플로를 도입하지 않은 곳이 많았다.

충무로에서 인쇄사와 출력실 대표들을 만났는데, 한국 인쇄사 대표들은 고품질 인쇄물에 대한 고민을 많이 하고 있었다. 코닥이 갖고 있는 솔루션이 이러한 고민에 도움을 줄 수 있을 것이다.

출력실 대표들은 품질과 함께 가격에 대한 고민을 많이 하고 있었다. 코닥에서 공급하고 있는 판재는 여러 가지가 있는데, 고품질 판재를 선호하면서 가격은 중국판재나 UV판재 가격 수준을 원하는 아이러니한 상황이었다.

최근 한국은 운영비가 저렴한 UV CTP 도입이 활발하다. 아태시장의 흐름은 어떠한가.

인쇄비에서 판재가 차지하는 비율은 5%밖에 되지 않는다. 제일 비싼 것은 종이와 인건비로 다른 장비와 관련된 비용이 대부분이다. 물론 판재 가격만 단순 비교하면 써멀 판재의 가격이 높지만 전체적인 비용을 살펴보면 써멀 판재가 UV 판재보다 가격이 낮다. 우선 써멀 판재를 쓰면 손실되는 부분이 적다. 보다 빠른 작업시간, 높은 생산성으로 UV 판재보다 효율적이다.

그래서 외국의 경우 전체 인쇄시장에서 UV CTP 시장은 아주 작은 규모를 점유하고 있을 뿐이다. 그러나 최근 한국에서 UV CTP 시장의 성장세를 보고 놀랐다. 드루파 이후 방문한 인도, 중국, 일본 등 다른 어떤 아시아 지역도 한국만큼 급성장하지 않았다.

향후 코닥의 전략은 무엇인가.

인쇄산업은 계속 변화하고 있다. 코닥은 ‘가장 큰 도전이 가장 큰 기회’라고 생각하고 있다. 앞으로 디지털인쇄와 패키징인쇄가 크게 성장할 것이다. 특히 아시아태평양지역은 다른 시장보다 훨씬 더 많이 성장할 것으로 예상된다.

코닥은 다양한 솔루션으로 기존의 업체들이 디지털방식으로 전환하는 데 도움을 줄 것이다. 특히 ‘하이브리드’ 솔루션에 집중할 계획이다. ‘하이브리드’란 섞는다라는 뜻을 갖고 있는데, 각각의 회사에 맞는 맞춤솔루션을 공급한다는 의미다. ↻



기자간담회 중인 박승태 마케팅부장, 이수범 대표이사, Evandro 아태부사장 (왼쪽부터)