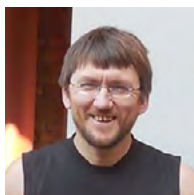


ИДЕИ, ОСТАВЛЯЮЩИЕ СЛЕД: ИСТОРИЯ ОБРЕЗКОВ

«Оставить след, впечатлить окружающих, запечатать общие ценности и передать эстафету окружающим...» – руководитель сообщества Есорад Алексей Травин, победитель Главной Премии МАПП – 2014, рассказал, как с «чистой обрезка листа» началась история экологического и социального предпринимательства в типографии «Идея Принт».



АЛЕКСЕЙ ТРАВИН,
руководитель сообщества Есорад

– Появление блокнотов экопад на отечественном рекламно-сувенирном рынке – это был запланированный шаг или их история начала разворачиваться стихийно?

– Все началось в типографии «Идея Принт» в 2009 году. Когда вырезаются тиражи, в зависимости от размера и формата изделия, остаются или совсем узкие или достаточно широкие полоски бумаги. После больших тиражей это может быть целая стопка хорошей, но, казалось бы, ни для чего не пригодной бумаги. Обычно она отправляется в мусорную корзину, и мы вывозили по целому контейнеру такого мусора до четырех раз в неделю.

Сперва я стал просто нарезать из этих остатков кубарики для записей – раздавал их сотрудникам, что-то уносил домой для детей, родственников и друзей.

Иногда попадалась необычная дизайнерская, крафтовая бумага, интересная на ощупь и по текстуре. Из нее хотелось сделать какой-то объект – так появились первые блокнотики. Один из менеджеров среагировал, оценил задумку, выразил желание купить. Тогда еще не было ни ценника, ни концепции распространения, я просто по наитию назначил цену в 10 рублей. Коллега стал заглядывать ко мне регулярно: примерно каждую пятницу он брал блокнотов на 100-200 рублей, потом раздавал их друзьям.

Я ЖЕ ПРОДОЛЖАЛ ДЕЛАТЬ ЭТИ БЛОКНОТИКИ, КАК ГОВОРИТСЯ, ИЗ «ОБРЕЗКОВ ВРЕМЕНИ» – НА ДОСУГЕ, НЕ ОТРЫВАЯСЬ ОТ СВОИХ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧ. ЭТО БЫЛО ПРОСТО СВОБОДНОЕ ТВОРЧЕСТВО. И КАКОЕ-ТО ВРЕМЯ, ПРИМЕРНО ПОЛГОДА, НИЧЕГО НЕ ПРОИСХОДИЛО...

Я же продолжал делать эти блокнотики, как говорится, из «обрезков времени» – на досуге, не отрываясь от своих основных задач. Это было просто свободное творчество. И какое-то время, примерно полгода, ничего не происходило...

– Стало быть, экопад – это полностью ваша идея?

– Не совсем, они появились благодаря инициативе многих сотрудников типографии. Просто из-за того, что я оказался в центре этой истории, многие связывают ее непосредственно со мной. Но ничего бы не вышло и без директора «Идеи Принт» Сергея Попова, который позволил откладывать и повторно использовать обрезки.

Однажды в нашу типографию обратились экологи, заказали тираж газет к одному мероприятию. Директор решил похвастаться, показал им наши блокнотики – разношерстные, неправильной, нестандартной формы. Экологам они пришлись по душе, они тут же заказали партию на раздачу. С их легкой руки они



и получили название «экопад».

И через некоторое время мы приняли решение «вынести экопад скобки», дать им постоянное имя, оформить осознанную, не стихийную жизнь. Технически ничего не изменилось: из все тех же остатков бумаги, лишних пружин и «обрезков времени» собирали блокноты и укладывали в коробки. И когда экологи, а тогда ими интересовались исключительно защитники природы, нас приглашали к себе на конференции или субботники, мы привозили их с собой, проводили мастер-класс по изготовлению блокнотов и параллельно продавали запасы экопадов.

– То есть в свет экопады вышли именно на экологической, «зеленой» волне?

– В первый раз мы вышли на «День активных действий» - мероприятие, которое проводили экологи по всему миру 10 октября 2010 года – 10-10-10. Мы привезли брошюровщик, и участники могли сами сделать такой блокнотик своими руками или купить уже готовый у



нас. Интерактивное действие, экология, вторая жизнь бумаги – все это гармонировало.

К тому времени мы уже стали точкой сбора макулатуры, «Гринпис» включил нас в экокарту Москвы, как место, где принимают бумажное вторсырье. Уже были связи с другими организациями, в офисе был налажен отдельный сбор бумажных отходов. Не сразу, конечно, но наш народ потихонечку привыкал к новой теме.

Дальше, для участия на выставке «Дизайн и Реклама» в Москве весной 2011 года, было решено весь стенд посвятить экопадам. Маркетинговая идея была такая: «Если мы так относимся к обычным обрезкам, значит, к тиражам наших клиентов относимся с еще большим трепетом, ответственностью и вниманием».

В итоге экопады стали неизменным атрибутом нашего участия в отраслевых мероприятиях. Интерактивный стенд, где можно сделать блокнот, оказался востребован среди специалистов, посещающих выставки. Тут они могли спешиться со своих бизнес-коней, без масок по-человечески пообщаться, пока руки были заняты сбором блокнотиков.

На рынке есть много блокнотов, в том числе и презентационных, которые выглядят красивой и солидной, чем наши, но все они сделаны машинным способом, у них совсем другая аура и характер. И они, наверное, тоже востребованы. Но как выяснилось, для многих

не менее важно прикоснуться к простым вещам. Таким, как наш экопад, собранный, казалось бы, из мусора, но поэтому индивидуальный, значимый.

– Что же произошло дальше?

– Количество выставок, где мы участвовали с экопадами, росло. Росли и потребности производства, так как мы все равно продолжали делать их между делом, на досуге. В типографии все рабочие места были заняты, штат укомплектован, сотрудники были загружены работой. Само собой было создано пространство для так называемого «социального предпринимательства».

Есть люди в стране, которых нельзя отнести к категории нуждающихся, но для них по разным причинам возможности работы ограничены. Это многодетные семьи, матери-одиночки, инвалиды, студенты, пенсионеры. В том числе и просто люди со слабым здоровьем или только закончившие курс реабилитации после наркологической или алкогольной зависимости. Обычно от них отмахиваются, но они готовы с энтузиазмом влиться в дело, как показала практика. Им мы и поручили сборку экопадов – процесс несложный, доступный для каждого, кто дружит с руками. Для них это стало возможностью укрепить свое материальное положение и социализироваться в обществе.

Дело блокнотами, кстати, не закончилось. После того как мы купили новую печатную машину, у нас встал вопрос,

К ТОМУ ВРЕМЕНИ МЫ УЖЕ СТАЛИ ТОЧКОЙ СБОРА МАКУЛАТУРЫ, «ГРИНПИС» ВКЛЮЧИЛ НАС В ЭКОКАРТУ МОСКВЫ, КАК МЕСТО, ГДЕ ПРИНИМАЮТ БУМАЖНОЕ ВТОРСЫРЬЕ. УЖЕ БЫЛИ СВЯЗИ С ДРУГИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ, В ОФИСЕ БЫЛ НАЛАЖЕН РАЗДЕЛЬНЫЙ СБОР БУМАЖНЫХ ОТХОДОВ. НЕ СРАЗУ, КОНЕЧНО, НО НАШ НАРОД ПОТИХОНЕЧКУ ПРИВЫКАЛ К НОВОЙ ТЕМЕ.

что делать с чистящими валами листами. Из полосок этой бумаги мы стали скручивать ручки. В цене конкурировать с китайскими аналогами, произведенными фабричным методом, мы не могли, но выдержать соперничество на идеологическом фронте оказались способны. Когда мы рассказываем, что наши ручки собирают люди, которым, возможно, не очень повезло в жизни, но они хотят честно трудиться, оптовики и конечные заказчики пересматривают бюджеты, предпочитают вложиться не столько в продукт, сколько в идею.

Все средства, которые выручались с продаж блокнотов, шли в фонд экопадов,

и из этих средств и оплачивалась работа наших помощников. Мы, к сожалению, не могли взять полную ответственность за этих людей, не могли устроить их в штат, но могли дать шанс встать на ноги. Строили сотрудничество из «обрезков нужды», «обрезков жизненных ситуаций».

– А как же все юридические тонкости?

– Если следовать букве закона, то все это незаконная предпринимательская деятельность. Но пока со стороны представителей властных структур и общественных организаций мы встречаем только поддержку.

– Российское производство, экологическая актуальность – неувидительно, что вы подали заявку на участие в «Премии МАПП»...

– Жизнь экопада складывается так, что мы сами не ставим каких-то целей. Мы не стремимся в каждые руки дать по блокноту, не хотим лить воду на мельницу общества потребления. Но мы всегда открыты для новых творческих контактов.

На одной из выставок «Скрепка» мы познакомились с Лео Костылевым, президентом Международной Ассоциации Презентационной Продукции, и Галиной Дроздовой, редактором журналов «Профессионал» и «Лидер». Им очень понравилась идея – отечественный производитель, экологическое производство, социальный вклад. И спустя примерно год мы получили приглашение к участию.

– Для вас оказалось сюрпризом, когда по результатам работы экспертного жюри экопады получили первое место?

– Если честно, я сперва не поверил. Я полностью погружен в их производство, знаю, где есть огрехи и недочеты, знаю, что все делается из обрезков. И на фоне других участников, которые занимаются производством рекламно-сувенирной продукции на высоком профессиональном уровне, не видел нас победителем. Но все вышло иначе.

Для меня самого конкурс, наверное, был не так уж важен, но нашим участием мне хотелось поддержать инициативу МАППа. Мало кто сегодня даже заикается о российском производстве. А МАПП поставил себе целью найти и поддержать отечественных производителей, возродить потерянную связь поколений и сделать характеристику «сделано в России» снова почетной. Их



порыв нельзя было оставить без внимания, проигнорировать. Об этом хотелось всем рассказать. И тут у нас, видимо, и произошла синергия.

– Как вы оцениваете уровень развития экологического направления на рекламно-сувенирном рынке России?

– Основная цель большинства компаний – это зарабатывать деньги. Экологическая бумага, хоть она и производится из переработанного сырья, стоит дороже, так как ее сертификация – весьма затратное предприятие. В России ее практически не производят, преимущественно заводят из Европы. На западе компании готовы работать при меньшей марже, выделяя средства на сертификацию, но в нашей стране преимущественно ориентируются на высокую прибыль, а не социальную ответственность производителя.

Мы сами до сих пор не смогли получить сертификат FSC, хотя от самой организации такие предложения по-

ступали. Они видят, что в нас живет «зеленая» идея, они готовы размещать у нас свои заказы и рекомендовать своим коллегам, но по документам мы пока не являемся экодружелюбным производством. Сертификат очень дорог, и мы пока не можем себе этого позволить, увы.

На встрече интеллект-центра «Ресурсного банка развития социального предпринимательства», который существует при организации «Опора России», обсуждалась возможность масштабировать опыт экопада на всю страну, но в результате долгих дискуссий пришли к выводу, что обязать типографии изготавливать блокнотики из обрезков можно, но все это быстро закончится. Изначально это была личная инициатива, и она не сможет существовать в приказном порядке. Кто-то в компании должен взять на себя ответственность, проникнуться идеей, удержать ее. Поэтому пока мы стараемся впечатлить всех своим примером.


– Значит вся надежда на «революцию снизу»?

– Хорошая идея. Но сама по себе революция – это не наша цель, так как это искусственный процесс. Мы будем следовать нашему выбранному пути, будем «впечатлять» окружающих. Пусть посмотрят, как живет «Идея Принт», мы каждого приглашаем прийти и узнать, как делаются наши экопады, что из этого получается. И если эти идеи и эмоции помогут кому-то взглянуть на жизнь под новым углом – хорошо.

Отчасти это заложено в названии нашей компании «Идея Принт». Потому что речь не только о печати, print в переводе с английского – это еще и «след», «отпечаток». Мы оставляем след в жизни, впечатляем окружающих, запечатываем ценности и передаем эстафету окружающим.

**Личность. Idea. Print.
www.ideaprint.ru**

Беседовал Александр Косачёв, специально для журнала «Профессионал рекламно-сувенирного бизнеса».

 *Alexey Travin, head of Ecopad community, tells the story of environmental and social printing business in "Idea Print" company. This is the story of one small hand-made of paper scraps notebook affecting and changing the lives of many people.*

