



아직도 가시밭길 여전

특수잉크 개발로 불황 탈출 시도

유럽의 인쇄시장은 기대했던 것보다도 훨씬 더 긴 침체기간을 보내고 있다. 이라크 전쟁 후 예상했던 경제 회복은 실현되지 못했고 역사상 가장 어려운 시기로 곤두박질치는 것으로 평가받고 있다. 잉크업체들도 누구나 인정하듯이 매우 어려운 해가 될 듯한 2003년을 분투하고 있으며 상상했던 것보다도 더 고달프게 진행되는 상황을 인식하기에 이른 다. 이에 잉크업체들은 유럽의 주요 경제가 다시 일어설 때까지 충분한 이익률을 달성하는 방법들을 찾으려는 도전에 직면해 있다.

● 비용 및 과잉생산 절감, 영업 조직 간소화

잉크업체들은 비용 삭감 프로그램을 비롯, 처절하게 진행되는 과잉 생산의 절감, 영업 및 마케팅 조직 간소화에 가속도를 내고 있다.

주요 인쇄물 분야를 살펴보아도 가격에 대한 압박 때문에 잉크업체들은 높은 마진율을 실현할 수 있는 적당한 자리로의 확장을 피하고 있다.

또한 박한 이익에 따라, 특히 특수 어플리케이션에 초점을 맞추고 있는 중간 크기의 업체들 사이에서 통합의 조짐은 더욱 확대되고 있다.

유럽 일부지역 나라들은 다른 지역 국가들보다도 경제적인 환경이 더 좋기 때문에 지리적인 확장의 후보군에 놓여 있다. 예를 들면, 동부유럽 나라들의 GDP 성장률은 서부유럽 나라들 보다 더 높다.

심지어 EU가입 국가들 사이에서도 경제 활동성은 매우 다양한 단계로 나타난다. 지난 5월, 유로존 12개국의 산업생산량은 프랑스와 독일의 감소세뿐만이 아니라 2년 동안 가장 큰 하락세를 보였던 이탈리아 등의 영향에 의해 0.9% 감소했다. 반면에 그리스, 덴마크, 벨기에, 아일랜드의 산업생산량은 향상했다.

일반적으로 많은 유럽지역에서 인쇄 분야는 고전을 면치 못하고 있다. 인쇄물에 대한 수요가 다른 주요 EU시장 보다 많은 영국의 인쇄업체들도 노동자에게 2.8%의 임금을 인상시켜주라는 정책에 부응할 능력이 없다고 불평하고 있다.

EU 회원국들에 관한 최근 조사에서 영국인쇄산업연방(BPIF)은 증가된 과잉생산 용량과 모든 분야를 통 털어 마진율을 낮출 것을 지적해왔다. U.K 인쇄 분야의 이익률은 평균 세전 판매마진이 4.5%까지 떨어졌던 지난해에 이어 올해도 다시 하락할 것으로 예상된다.

● 전반적인 인쇄업 경기 위축 반영

유럽의 인쇄장비 제조업체들은 주문량의 급격한 감소에 따라 생산량을 감축하고 직원들도 감원할 처지에 놓여있다.

만로랜드의 MAN AG, 소유주 루돌프 루프레히트 회장은 지난 6월에 열린 연례 주주총회에서 "인쇄기 사업은 광고와 프로모션 시장이 세계적인 침체에서 깨어나지 못하는 동안 인쇄 업체들의 소극적인 투자 활동으로 심각한 고통을 받고 있다"고 밝혔다. 또 "인쇄산업은 우리가 이전에는 전혀 경험해본 적이 없는 곤란한 환경에 처해 있다"고 덧붙였다.

만로랜드는 1억3천만유로(1억4천6백만달러) 절약을 목표로, 비용 절감 계획에 착수했다. 이를 위한 효율적인 방법으로 만로랜드는 전세계에서 두 번째로 큰 생산시설인 독일 오펜바흐 소재의 공장에서의 매엽인쇄기 생산에 주력하는 것을 선택했다. 이로써 만로랜드는 내년 5월에 개최될 드루파 전시회를 통해 탄력을 받고 인쇄기 분야의 회복도 기대하고 있다.

세계 최대의 인쇄기기 제조업체인 하이텔베르그는 열악한 수요 때문에 해마다 적자가 늘어남에 따라 2억8천만유로(3억1천7백만달러)의 절약을 목표로, 공장 폐쇄와 직원의 감축 계획을 지난해 발표한 바 있다.

하이텔베르그는 회계연도 2002년 3월에는 1억3천8백만유로의 순손실을 기록했

지만 2004년 3월말의 회계연도 결산에서는 손익분기점을 맞출 수 있을 것으로 기대하고 있다.

그럼에도 불구하고 하이델베르크는 인쇄기 수요가 지속적으로 감소하고 있다고 분석하고 있다. 하이델베르크 대표이사 번하드 스크레이어는 “모든 시장 산업용 인쇄업체들의 투자가 지속, 소극적으로 이어지고 있다”고 말했다.

지난 회계연도의 주문량은 13%, 판매량은 18%, 총 41억달러가 감소했으며 지난 4월과 5월의 판매량은 21%, 주문량은 37% 감소한 것으로 나타났다.

최근 가장 큰 수요의 감소는 디지털과 웹 시스템 분야에서 나타났으며 지난 2000년 이후 이 분야의 판매량은 무려 50% 정도 급락한 것으로 분석된다.

심지어 레이콘인터내셔널 같은 전문 디지털 인쇄기 제조업체도 디지털 시스템이 상업인쇄 분야에 지속적으로 침투하고 있음에도 불구하고 어려운 시장 상황을 보고하고 있다.

● 콜드셋 핫셋 잉크 실적 큰 타격

유럽지역 인쇄 분야의 대폭적인 경기침체는 B2B서비스와 소비재 등의 마케팅 슬럼프로부터 야기된다. 이는 콜드셋과 핫셋 잉크의 판매 실적에서부터 큰 타격을 받아왔다. U.K의 광고와 마케팅 에이전시를 대표하는 광고사무국에 의해 분기별로 조사된 최근 자료는 삭감되는 마케팅 활동의 모든 유형에 대한 인터넷 지출과 예산 사황에 대해 밝히고 있다.

그러나 유럽인쇄시장의 회복에 대한 최초의 징표는 항상 경기호전의 결과, 제일 먼저 이익을 얻는 펄프와 제지 산업에서 처음으로 감지할 수 있다.

이미 유럽의 펄프가격은 변동주기 최저점에 다다른 것으로 보이는 지난해 연말로부터 20% 이상 상승했다. 그럼에도 재

고량에 따라 펄프 수요는 많이 향상될 것으로 보인다.

유럽 제지시장의 리더 공급업체인 스토라 엔소는 미국의 수요가 증가하고 있기 때문에 유럽지역의 제지시장이 현재 옳은 방향으로 움직이고 있다고 평가했다.

그러나 세계 최대 규모의 출판용 제지업체인 UPM-Kymmene는 올해, 중요한 시장의 전환점이 없을 것이며 경기도 지속적으로 침체국면을 보일 것이라고 경고하고 있다.

UPM의 대표이사 주하 니에말래는 “향후 몇 달 후에 유럽에서 어떠한 양적인 측면이나 가격적인 측면에서의 호전을 기대하지 않는다”고 입장을 밝혔다.

유럽 언론매체시장은 향후 50년 안에 1백만 톤 또는 10%에 상응하는 수요의 감소로 악화될 것으로 예상된다.

업계 관계들도 중단기적으로도 언론매체시장과 출판용 제지의 수요가 2000년의 단계까지 되돌아갈 수 있을지 의구심을 품는다. 이는 대부분의 광고방법이 직접 마케팅과 인터넷을 통하는 방식으로 변화하는 데 따른 결과이다.

● 인수합병 · 특수잉크 개발로 불황 탈출

놀랍지도 않은 결과이지만 최근의 일어난 첫 번째 통합은 잉크 분야가 콜드셋과 핫셋 안에서 안전성을 획득하기 위해 추진됐다.

올해 초, 플린트잉크는 SICPA의 핫셋과 콜드셋에 대한 전세계사업권을 인수했다. 동시에 SICPA는 플린트잉크의 보안 잉크 조직을 넘겨받았다.

이는 “포장 잉크분야의 특성화에 대한 가속도를 실현할 수 있게 해주는 것”으로 풀이된다.

지난 5월, 악조노벨잉크(ANI)는 70년 전통의 벨기에 레시네스 소재의 트레날 S.A.의 콜드셋과 핫셋 사업권을 넘겨받았다.



유럽의 많은 잉크 회사들은 일반적인 제품의 생산에서 점차 특수 분야의 상품개발에 많은 노력을 투자하는 방향으로 움직이고 있다.

독일의 Geller+Gmelin은 잉크산업 분야의 경기침체에도 불구하고, 각 조직의 이익성은 확실히 증가세에 있다.

Geller+Gmelin UV 제품 특성화 팀의 잉크 팀장 알렉스 스티벤슨은 “더 많은 보상을 주는 곳으로 이동하는 대신에 프라이스-드리븐 분야의 밖으로 나오고 있다”고 말했다.



이 인수는 유럽에서 상위 3번째 콜드셋 잉크 공급업체를 탄생시켰다. 이를 통해 ANI는 주로 베네룩스 3국, 프랑스 북부, 독일과 스칸디나비아 지역에서의 활동을 계획하고 있다.

트레날 S.A.의 관리이사 어윈 데 레시네스는 “콜드셋과 핫셋 잉크는 큰 규모의 사업으로 ANI와의 합병으로 더욱 효과적인 조직을 갖게 됐다”며 “레시네스 지역에 유럽에서 가장 효율적이고 현대적인 콜드셋 생산시설을 갖게된 이번 ANI와의 협력을 통해 많은 시너지 효과를 얻게 될 것으로 기대한다”고 말했다.

트레날 브랜드 이름으로 ANI에 의해 운영되는 레시네스-베이스드의 신규 소액 주주가 될 데 케이서의 가족들은 벨기에 UV 잉크 사업에서 빠르게 성장하는 아레츠그래픽스의 100% 소유권도 획득하게 됐다.

데 케이서는 “아레츠에서 확장을 위한 많은 잠재력을 본다. 1년에 약 1500만유로에 달하는 아레츠의 판매고는 두 자리 숫자의 성장률을 기록하고 있다”며 “아레츠는 5~10년 동안 이 분야에서 적당한 입지를 구축하게 될 것이다”고 주장했다.

유럽의 많은 잉크 회사들은 일반적인 제품의 생산에서 점차 특수 분야의 상품개발에 많은 노력을 투자하는 방향으로 움직이고 있다.

독일의 Geller+Gmelin은 잉크산업 분야의 경기침체에도 불구하고, 각 조직의 이익성은 확실히 증가세에 있다.

Geller+Gmelin UV 제품 특성화 팀의 잉크 팀장 알렉스 스티벤슨은 “더 많은 보상을 주는 곳으로 이동하는 대신에 프라이스-드리븐 분야의 밖으로 나오고 있다”고 말했다.

독일 담당 부서는 인터컬러, 웨스트썬록, 서던잉글랜드 그리고 스티벤슨이 관리이사로 근무하는 Geller+Gmelin의 영국 지사에 의해 개발된 전략을 따라가고 있다. 인터컬러는 올해 약간의 하락세로 돌아선다고 하더라도 거의 15%의 판매마진을 달성할 것으로 예상된다.

스티벤슨은 “인터컬러에서 서비스의 질을 향상시키기 위해 많은 노력을 해왔다”며 “우리의 판매사원은 고객이 겪을 수 있는 잠재된 문제를 인식하고 있어 문제가 발생하기 전에 해결할 수 있는 완전한 자격을 갖춘 기술자들로 구성돼 있다”고 자랑했다.

게다가 성장하는 특수잉크 시장에서 이들의 존재는 새롭게 진입하거나 향상되고 있다. 또한 잉크회사들은 특히 동부유럽 지역에서 확장되는 시장에서의 강한 입지를 획득하는데 많은 투자를 하고 있다.

● 동부유럽 등 성장 지역으로 진출

지난 7월, 선케미컬은 폴란드 와소 근방의 마키 지역에 페이스트와 액체 잉크를 모두 가동할 수 있는 새로운 공장시설을 확장했다. 이 시설은 폴란드와 주변 국가들에 서비스 할 것이다. 선케미컬 동부유럽 관리이사 조지 케켈리드제는 “4천만에 달하는 폴란드의 인구와 정치·경제의 안정성은 동유럽 지역에서의 사업을 확장하려는 선케미컬에게 매우 매력적인 조건이 되고 있다”고 말했다.

피니스포레스트인더스트리스페더레이션에 따르면 현재 동부 유럽의 종이 소비는 서부 유럽의 한해 평균 캐피다량이 200kg인데 반해 55kg에 그치고 있다. 국내의 종이 수요가 불황의 늪에서 벗어나지 못하는 서부 유럽의 잉크회사들은 동부유럽 지역과 같은 성장의 기회가 밝은 지역으로 눈길을 돌릴 것으로 예상된다.

〈조갑준 기자〉

최고가 아니면 선택받지 못한다

미세한 차이가 최고를 만듭니다!!

서울시 중구 장충동 2가 186-19 Tel 2273-5351~2 Fax 2278-5694

대한인쇄재료상사
Daehan Printing Material Inc.