



NINO VENEZIA, DUTCH GRAPHIC GROUP

# “OMZET GROEIT DIT JAAR NIET, MAAR EXPLODEERT”

Lang niet alle branches zijn door de coronacrisis geraakt. Sterker nog, de hele coronapandemie heeft de markt voor etiketten, steekkaarten en andere grafische uitingen in een stroomversnelling gebracht. “De omzet groeit niet, maar explodeert dit jaar. Vorig jaar hadden we al een topjaar, maar dit jaar ligt de omzet nog een stuk hoger”, vertelt Nino Venezia, de pater familias van Dutch Graphic Group dat gevestigd is in een nieuw pand op Fresh Park Venlo.

Dutch Graphic Group is een echte grafische totaalleverancier, met een belangrijke nadruk op agf-bedrijven. “Maar we doen meer; van banners, zeilen, doeken, banieren, visitekaartjes, enveloppen tot en met autobeleettering. Een nieuw product in ons portfolio zijn de sleeves: kartonnen hoesjes, omslagen van voedselproducten en maaltijdpakketten waarop bijvoorbeeld de ingrediënten en

de bereidingswijze staan gedrukt. We leveren aan onder andere Duitse retailers al miljoenen van deze sleeves.”

#### KWALITEIT EN KORTE LEVERTIJDEN

Deze succesvolle sleeve is slechts één van de producten die het ontzettend goed doen in de grafische markt. Volgens Nino Venezia ligt dat onder andere aan de korte levertijden die het bedrijf heeft.

“In 2020 zijn we al fors gegroeid, voornamelijk vanwege het feit dat we onze korte levertijden konden aanhouden. Bedrijven komen bij ons terecht omdat hun huidige leverancier levertijden van vier weken aanhoudt. In de AGF-sector is dat natuurlijk waanzin. Daarbij heeft de hele markt met forse prijsverhogingen te maken. Ook wij hebben een prijsverhoging doorgevoerd, maar proberen

dat wel in alle redelijkheid en billijkheid te doen,” aldus Nino. In de laagste prijs gelooft hij niet. “Als een klant kiest voor een kwaliteitsproduct, voor onze service en voor onze innovatieve kracht, dan is hij ook bereid er een redelijke prijs voor te betalen. Als je zorgt voor continuïteit in productie en kwaliteit kun je met klanten langjarige contracten afsluiten. Dat geeft rust in de organisatie.”

#### BUFFER AAN MATERIAAL

Nino zag in maart van dit jaar een tekort aan grondstoffen ontstaan en anticipeerde hier meteen op. “We hebben veel papier en verpakkingsmateriaal ingekocht. We bestelden altijd al een vrachtwagen tegelijk, maar nu bestelden we er twee tegelijk, om maar verzekerd te zijn van voldoende voorraad. Het hele pand zag zwart vanwege alle pallets met materiaal. Ook ik krijg niet alles wat ik bestel binnen, maar zodoende heb ik wel een buffer aan materiaal kunnen opbouwen.” Nino ziet wel een nijpend tekort aan thermo-materiaal en PP-kunststof ontstaan. “Voor het eerste kwartaal van 2022 voorzie ik ook nog geen stabilisatie in de toelevering en prijzen. We hebben in juli een nieuwe

machine besteld, maar deze kan pas in februari geleverd worden. Daar heb je mee te dealen. We besteden nu al werk uit aan collega's. Ook in het aannemen van nieuwe klanten zijn we selectief. Onze eigen klanten die ons al jarenlang trouw zijn, staan voor ons op nummer 1. Sommige van die klanten zijn in enkele jaren tijd qua grootte vervijfvoudigd. Wat er overblijft aan materiaal, verdelen we onder nieuwe nationale en internationale klanten.”

**“ALS JE ZORGT VOOR CONTINUÏTEIT IN PRODUCTIE EN KWALITEIT KUN JE MET KLANTEN LANGJARIGE CONTRACTEN AFSLUITEN.”**

#### OVERDRACHT

Nino en Anita hebben met hier en daar een tegenslag van Dutch Graphic Group een groeiend en bloeiend bedrijf

gemaakt. Drie jaar geleden besloot het ondernemersechtpaar een stapje terug te doen en werd de zaak overgedaan aan zonen Gino en Enzo. “In het begin werkten we hard en werden we in het weekend geholpen door Enzo en Gino. Ze zijn opgegroeid met ons arbeidsmoraal en hebben het bedrijf van binnen en van buiten leren kennen. Ik ben nog altijd op de achtergrond actief als initiator achter de grote projecten, maar mijn zonen hebben de afgelopen jaren echt laten zien dat ze het aankunnen. Ook in het weekend en 's avonds zijn ze paraat als het nodig is. Nog altijd hebben wij geen dure managers of verkopers in dienst. Klanten krijgen Enzo of Gino aan de lijn. We hebben geen overheadkosten en dat betaalt zich nu uit. Hierdoor beleven wij één van de beste jaren van de afgelopen twintig jaar. En let wel, ook wij zien onze marges slinken, maar we kunnen wel een enorm volume kwijt.”

**Meer weten over de mogelijkheden van Dutch Graphic Group? Kijk op [www.dutchgraphicgroup.com](http://www.dutchgraphicgroup.com).**

