

PRINTplusX a Frankfurti Könyvvásáron

A 2009-ben október 14–18. között megrendezett Frankfurti Könyvvásáron a PrintCity-Allianz-tagvállalatok – Leonhard Kurz, M-real, manroland, Sappi, UPM és Weilburger Graphics – a PRINTplusX-projektjük keretében mutatták be az értéknövelt nyomtatással kapcsolatos innovációs technológiákat.

A könyvvásáron az új Fehérterem részen, amelyet a könyv innovációknak szántak, a PrintCity-tagok a **PRINTplusX**- (az értéknövelés titkai) projektet és az annak keretében gyártott nyomtatásokat mutatták be.

A PrintCity-vállalatok részéről innovációs üzleti lehetőségekkel és tapasztalatokkal rendelkező szakemberek állnak rendelkezésre. Ezek a szakértők a könyvkiadókkal megvitatják az értéknövelt nyomtatás (Value Added Printing = VAP) folyamatosan növekedő lehetőségeit, annak érdekében, hogy a termékek a piacon *megkülönböztethetők* legyenek, ill. *az olvasó figyelmét* és ennek következtében a *forgalmat növeljék*.

A könyvkiadás összes területe profitálhat az értéknövelt nyomtatás technológiákból:

- ◆ könyvborítók – papír- vagy keményfedelű,
- ◆ könyvek szöveges oldalai és mellékletei – válogatva, annak érdekében, hogy hatást érjenek el az olvasóknál,
- ◆ értékesítési pont (POS-Displays = Point of Sale) – könyvesboltok, pavilonok vagy könyvbe-mutatók.

Néhány VAP-technológia, mint spotlakkozás, lágy érintésű anyagok és fóliaprégelés is alkalmazásra kerül. Egyéb más VAP-lehetőségek eddig világszerte kihasználatlanok maradtak.

A VAP képes megkülönböztetni és eladni, ugyanakkor a fogyasztó különböző érzékszerveit megszólítani (látás, tapintás, illat) és az olvasási élményt javítani. A vizsgálati eredmények a következők mutatják:

- ◆ a VAP segít abban, hogy a fogyasztó/vevő figyelmét ebben az igen intenzív versenyké-

pességgel rendelkező kiadói tevékenységben növelje;

- ◆ a vevők által az értékesítési pontnál tapasztalt minőség döntő hatással bír a spontán emocionális vásárlási elhatározásra, mely pusztán néhány töredék másodperc időt vesz igénybe.
- ◆ a vevők egyes termékekhez való hűsége, pl. könyvkiadók tekintetében, növelhető, amennyiben a márkák több érzékszervvel észlelhetők.

A **PRINTplusX**-projekttel kapcsolatos további információk az új weboldalon: a www.printplusx.com található.

A PrintCity-Allianz PRINTplusX-projekttel kapcsolatos információk hozzáférhetők az interneten: www.printplusx.com.

AMIT A PRINTCITY-ALLIANZRÓL TUDNI KELL

A **PrintCity** egy elismert stratégiai szövetség, mely a nyomtatás, csomagolás és kiadói tevékenység területén a „kompetenciák kapcsolata” révén a teljes értékalkotó láncolatban működik. PrintCity növeli és támogatja a **nyomtatás és csomagolás** „vegyértékét”.

Hasznot hozunk a vásárlónak, amennyiben egy világszerte **vezető know-how-t** egy hálózaton belül egyesítünk és közösen használunk.

Tudásunkat és tapasztalatainkat szemináriumok, vásárok, kiállítások, projekt tanulmányok, publikációk keretében és elektronikus médián keresztül adjuk tovább.

Szिंगergiákat maximálunk, annak érdekében, hogy **iparágunk növekedése** gazdaságos és költséghatékony legyen.

A PrintCity-Allianz projektekkal, rendezvényekkel és a szemináriumokkal kapcsolatos további információk hozzáférhetők az interneten: www.printcity.de.