

# Értéknövelt nyomtatás

A PRINTCITY-ALLIANZ BEMUTATJA KUTATÓMUNKÁJÁNAK EREDMÉNYEIT ÉS PÉLDÁIT

A PrintCity-Allianz a folyamatban levő **PRINTplusX** projektje keretében nyilvánosságra hozta az értéktöbblettel rendelkező nyomtatással foglalkozó kutatásának eredményeit.

Egy diplomamunka szolgáltatta az alapot, melyet *Jochen Wied*, a Hochschule der Medien Stuttgart hallgatója a Fachverband Medienproduktioner (f:mp) és a PrintCity-vel való együttműködés keretében 2008/2009-ben készítette a Value Added Printing költségei és haszna témában.

## VALUE ADDED PRINTING – KUTATÁSI EREDMÉNYEK

Ezen munka eredményeinek összefoglalóját angol és német nyelven hozták nyilvánosságra. Az összefoglaló a PrintCity-weboldalon ([www.printcity.de](http://www.printcity.de)) található. A komplett diplomamunka német nyelven kérésre hozzáférhető.

Ezen túlmenően a PrintCity az érdeklődők, úgymint márkatulajdonosok, dizájnerek, kiadók és nyomdák részére készséggel postai úton, megkeresés alapján, megküldi a VAP-példák és -minták gyűjteményét.

A kutatómunka 2008-ban indult. Többek között egy speciális **PRINTplusX**-mappa fejlesztését ölelte fel, mely egy sor, különböző VAP-technológiák alapján gyártott nyomómintát tartalmaz. Kifejezetten ehhez a mappához fiktív márkák kerültek kidolgozásra, melyek vitaanyagként és műhelymunkához használhatók.

A kutatási projekt eredményei egy körkérdésen alapulnak, melynek keretében Jochen Wied a drupa 2008 alatt különböző országokból származó több mint 100 személlyel készített interjút. Ennek folytatásaként az interneten is sor került körbekérdezésre, több mint 400 szakértő, mint pl. márkatulajdonosok, dizájnerek, kiadók és nyomdászok bevonásával Németországban.

Kidolgozásra került egy képlet, melynek segítségével a különböző VAP-technológiák hasz-

náról alakíthatók ki támpontok. Ugyanakkor úgy a márkák témakörben begyűjtött adatok, mint más kiadásra került kutatási munkák információi is özönlöttek. A képlet segítségével az Advertising Value of Finishing (AVoF) megnevezéssel a VAP-technológiák alkalmazása a nyomtatás és csomagolás reklámforgalmára különböző helyzetekben gyakorolt hatása is összehasonlítható.

A Jochen Wied által befejezett VAP-kutatási munka néhány eredménye:

- ♦ Az összes nyomtatott reklámanyagnak majdnem a fele az innovatív továbbfeldolgozási és nemesítési technológiák segítségével egyértelműen, láthatóan felértékelhetők.



- ◆ Az új VAP-továbbfeldolgozási és nemesítési technológiák a nyomdák és a csomagolóipar számára jó lehetőséget biztosítanak arra, hogy megkülönböztessék egymást.
- ◆ A Point of Sale (POS)-nál (értékesítési pont) a vevők által érzékelt minőség az impulzív/emocionális vásárlási döntésnél kulcsszerepet játszik – itt a „kevesebb” gyakran „több”.
- ◆ A vevők termékhűsége körülbelül 100%-kal növelhető, ha a fogyasztó több érzékszervvel észlelheti a márkákat, egy helyett.
- ◆ A VAP a nyomott termékeknek „értéktöbbletet” közvetít, mivel a márkáztatás hatását felerősíti – és más marketingtechnikkal való kombinációban kellene alkalmazni.

A nyomdai és csomagolóipari projektek minden tekintetben nagyon különbözőek. Márkatulajdonosoknak, dizájnereknek, kiadóknak mindenkor nyomdászaiakkal és beszállítóikkal együtt közösen kellene a lehetőségeket megvizsgálni és mérlegelni, melyeket az egyes esetek magukkal hoznak. Ha a VAP-technológiákat és -anyagokat lehetőleg hatékonyan és gazdaságosan akarjuk alkalmazni, úgy a gyártási folyamatban részt vevő összes oldalnak partnerségben együtt kell működnie. Ezáltal elérhető, hogy a márkák felülemelkednek a konkurencián, a figyelem középpontjába kerülnek, és nagyobb forgalomhoz vezetnek.

## WORKSHOP LONDONBAN

„Ez a nap átütő siker volt, az ágazaton belül valóban kiváló emberek és vállalatok elegye mutatkozott be. Mindannyiunknak kiváló és inspiráló nézeteik voltak arról, hogyan lehet értéket növelni a kreatív, nyomdai és üzleti modellekben. Rendkívül jól szervezték meg ezt a napot, és el kell mondanom, hogy már jó ideje nem kaptam olyan sokat egy workshopon való részvételtől, mint most. Különösen a brainstorming volt nagyon kimerítő, de jó multság is, és sikerült néhány valóban érdekes ötletet megalkotni. Nagyon várom, hogy a jövőben részt vehessek még egy másik sikeres napon is”, jegyezte meg *Helen Castledine*, a Greens, High Wycombe kreatív igazgatója.

A **Value Added Printing (VAP)** lehetőségeinek megtárgyalásában az eseményen az értékteremtési lánc minden részéből jó felkészültségű előadók, tervezők, ügynökségek, szállítók vettek részt és rendeztek interaktív csoport-



foglalkozásokat. A márkatulajdonosokat, tervezőket és kiadókat, valamint az összes egyesült-királyságbeli íves és tekerces nyomdászt megcélózva, ez volt az első ilyen esemény, melyet a PrintCity rendezett az Egyesült Királyságban. A **PRINTplusX – Az értéknövelés titkai** címmel a workshop megmutatta, hogyan tudja az értéknövelt nyomtatás egy márka versenyképességét növelni, pl. az eladási ponton.

A PrintCity-Alliance tagjai, a **manroland, UPM, Merck, Sappi, Weilburger Graphics** és a **Kurz** megvitatták a legújabb értéknövelő nyomtatási és csomagolási technikákat, anyagokat és lehetőségeket. Az előadók pozitívan beszéltek arról, milyen előnyöket és lehetőségeket hozhat minden résztvevő számára, ha szorosabban működnek együtt a VAP kiaknázásában. Szintén megtárgyalták a nyomtatás és a papírok erős fenntarthatóságának üzenetét és azt az igényt, hogy ezt elő is kell segíteni.

„Kiváló lehetőség nyílik arra, hogy újradefiniáljuk a nyomtatást, tőkét kovácsolva annak tapintható és érzékelhető minőségéből”, mondja az Anderson Norton Design kreatív igazgatója, *David Norton*. Norton a nyomdászok és tervezők közti kapcsolatra szólított fel, amit azoknak az időknek a szintjére kell visszaállítani, amikor ez a kapcsolat erősebb volt, és amelyet a Mac és DTP bevezetése szakított meg.

„Fogjunk össze a tervezőkkel és használjuk a tudásunkat. Értünk a nyomtatáshoz és a webhez, és ismerjük az internet korlátait. A weboldalak mindig RGB-ben vannak, de a nyomtatás sokkal többet tud kínálni”, állította.

*Louisa Moger*, a Richard Edward marketing-igazgatója inspiráló esettanulmányt ismertett, felrajzolva azt, miként haladt a vállalat sikeresen előre az értékláncon az ügyfelekkel,



A PrintCity-Allianz Value Added Printing-technológiával előállított példák és innovatív könyvborítók

Fotó: Leonhard Kurz

hogy elkerülje az árspirált. „Az értéknövelt nyomtatás nem választás, ez kötelező”, mondta. „Ha ezt nem értettük volna meg, csak statisztika lennénk a nyomtatás sok áldozata között.”

Peter Stead, a Formgraphics Retail kiskereskedelmi nyomtatási igazgatója az eseményt azzal nyitotta meg, hogy rávilágított a kiskereskedőknek az értéknövelt nyomtatási technikák stratégiai alkalmazására. „Az értéknövelő technikák lehetővé teszik, hogy megragadjuk a lehetőséget és megragadjuk a vevők pénzét.”

## VAP-MINTÁK MOST ELÉRHETŐK A PRINTCITY-NÉL

VAP-minták gyűjteménye most kérés alapján a PrintCity-Allianz-nál elérhető. Különböző technológiák és anyagok sorát szemlélteti, és bemutatja, hogy ezek miként kombinálhatók kreatív módon.

A gyűjtemény többek között tartalmazza továbbá a Novum und Beef német Kreatív magazin egy kiadványát, a Print Perfection és az f:mp

által gyártott mintát, a PPA 37. World Magazine Kongresszusának (Nagy-Britannia) egy nyomtatott példányát a FIP09-hez, a manroland által készített VAP-mintákat márkákhoz, úgymint: Harley-Davidson, JOOP, RADO, Baccardi és Siemens, valamint egy új lakk-példát Weilburgertől.

Az érdeklődők a VAP-nyomómintákat e-mailen [info@printcity.de](mailto:info@printcity.de) vagy telefonon (08142-65233-12) rendelhetik meg.

A PrintCity-Allianz **PRINTplusX**- projektrel kapcsolatos információk megtalálhatók a [www.printplusx.com](http://www.printplusx.com) weboldalon.

