



Цифровая печать – путь к персонализированной упаковке

О том, что упаковка является «молчаливым продавцом» товара знают многие, и именно поэтому в ее разработку и изготовление вкладываются реальные деньги. Причем с годами по мере роста конкуренции на рынке эти вложения только увеличиваются. Однако в определенный момент времени дальнейшая «гонка вооружений» станет невозможной, так как делать упаковку, цена которой соизмерима с ценой самого товара бессмысленно.

Одним из вариантов решения задачи по увеличению эффективности упаковки может стать ее персонализация. Об этом впервые заговорили практически в тот момент, когда на рынке появилась технология цифровой печати. Разговоров о персонализированной упаковке было много, и случались даже реальные проекты по выпуску рекламной, сувенирной, подарочной или даже событийной упаковки – изготовление небольшой партии товара к тому или иному событию: выставке, семинару, юбилею, корпоративу и т. п.

Весьма активно «цифровая» упаковка используется для разноассортиментного товара. Реальный пример – компания, продающая рыболовные снасти. В ее ассортименте более тысячи видов товара. Все это закупается крупным оптом (скорее всего, в Китае) и доставляется в больших ящиках «в навал». Но продавать в таком виде в магазинах нельзя.

Обычно рыболовные принадлежности реализуются поштучно или мелким оптом, и каждую единицу товара необходимо упаковывать отдельно. Единственное эффективное решение для такого продавца – собственное производство упаковки, причем непосредственно в процессе продажи. И компания использует для этого простую цифровую печатную машину. Сама упаковка – стандартный прозрачный блистер (закупаемый там же большим оптом) и запечатанная типовая блистерная подложка с переменной информацией (их компания самостоятельно печатает и вырубает).

Пример показательный, но их не так много, и подобное решение подходит не для всех. По сути, это все равно малотиражное производство: несколько сотен или даже пару тысяч блистеров в день – это немного.



Новый подход

В 2013 г. на рынке заговорили о масштабном совместном проекте Coca-Cola и HP Indigo, в рамках которого для каждой из 32 европейских стран были выпущены бутылки с напитком, этикетки которых содержали одно из 150 наиболее распространенных в стране имен, а также маркетинговые слоганы, призывающие поделиться любимым напитком с друзьями.

Всего в проекте задействовали 12 цифровых рулонных печатных машин HP Indigo WS6000, которые за 3 месяца круглосуточной работы отпечатали порядка 800 млн персонализированных этикеток.

Вероятно, это был не первый, но один из наиболее показательных проектов по массовому производству персонализированной этикетки, и продавцы с маркетологами

отнесли к нему с большим вниманием, ведь таким образом можно продвигать не только напитки, но и другие виды массовых продуктов. Например, придя в магазин за хлопьями к завтраку, любая мама с большей охотой купит коробку, на которой напечатано имя ее ребенка (да и сам он, скорее всего, попросит). А ведь напечатать можно не только имя, но и мультяшных персонажей и, вообще, все что угодно – была бы фантазия. А это уже другой, новый сегмент упаковки, который за прошедший год продемонстрировал сразу несколько ярких проектов. Причем здесь идет речь не просто о печати множества разных, но в итоге повторяющихся сюжетов, а о массовом производстве действительно индивидуальной, не повторяющейся упаковки.

Автором нового подхода уже в который раз стала компания HP Indigo, разработавшая и предложившая рынку комплексное решение для изготовления массовой персонализированной упаковки, которое включает не только печатное оборудование, но и необходимое программное обеспечение.

Слаще в 10 раз!

Молочный шоколад компании Strauss с изображением коровы на упаковке является неотъемлемой частью израильского рынка кондитерских изделий с 1934 г. Однако огромное количество импортируемого шоколада от ведущих мировых брендов (в первую очередь, швейцарских) привело к тому, что продажи шоколада у Strauss Group стали быстро сокращаться. Осознав эту негативную тенденцию,

маркетологи компании решили провести масштабную рекламную акцию с использованием технологий персонализации упаковки. Самый интересный вариант был предложен специалистами HP Indigo и израильской типографии Pan Print, которая эксплуатировала листовую печатную машину HP Indigo 10000 Digital Press формата B2.

Суть идеи заключалась в том, чтобы использовать программу HP SmartStream Mosaic для автоматической генерации неповторяющихся графических изображений для миллионов абсолютно разных образцов шоколадной упаковки, единых лишь в одном: каждая должна иметь традиционное для продукции Strauss изображение коровы. В итоге, вместо традиционного заказа в офсетной типографии миллиона одинаковых оберток Strauss поручила Pan Print изготовить 1 млн абсолютно разных.

Кроме того, развернув шоколадку, покупатель мог собрать из обертки фигурку коровы с помощью техники оригами (места сгиба отметили пунктиром). И название для проекта было выбрано соответствующее — Origamoo.

Обертки изготавливали из традиционно используемой для них упаковочной бумаги плотностью 90 г/м² и запечатывали на цифровой машине HP Indigo 10000 Digital Press. Для того чтобы снизить затраты на персонализированную упаковку (которая,

Файл шаблона



Вращение



Перемещение



Масштабирование



разумеется, была дороже типовой офсетной), применили режим печати Enhanced Printing Mode (EPM): он дает возможность печатать любой сюжет в три краски вместо четырех при полном сохранении офсетного качества печати и точности воспроизведения цвета.

Итог акции оказался впечатляющим: в течение полутора месяцев было продано 100 т шоколадной продукции, при том что среднемесячные продажи обычно не превышали 10 т. Рост в 10 раз был достигнут благодаря эффективному использованию технологии массовой персонализации упаковки.

Как работает HP Mosaic?

Запатентованное приложение HP Mosaic, предназначенное для динамической персонализации макетов, берет за основу созданные дизайнером векторные шаблоны макета в формате PDF и преобразовывает их

путем случайного сочетания базовых преобразований: вращения, перемещения и масштабирования. Причем их параметры также случайны.

Чем больше шаблонов сделает дизайнер, чем они сложнее и чем больше цветовых переходов и вариаций они содержат, тем больше индивидуальных вариантов можно будет получить.

Эксклюзив для взрослых

Еще один интересный проект по выпуску персонализированной упаковки с использованием приложения HP Mosaic реализовала индийская типография Pragati Pack. На рулонной машине HP Indigo WS6600 Digital Press она отпечатала 10 млн (!) сигаретных пачек торговой марки Flake для местного поставщика табачной продукции — компании ITC Limited.

По словам представителей Pragati Pack, идея реализации подобного проекта зародилась у маркетологов ITC Limited после их первого удачного опыта по выпуску партии водки «Абсолют» с индивидуальными термоусадочными этикетками.

Для реализации подобного проекта применительно к сигаретной картонной упаковке специалистам типографии совместно с консультантами и сервисными инженерами HP Indigo пришлось провести непростую подготовительную работу.

Сигаретная пачка обладает рядом особенностей, которые необходимо учитывать при ее производстве. В первую очередь, все отпечатанные на машине HP Indigo пачки должны были без проблем обрабатываться в формовочно-упаковочных машинах, работающих со скоростью 400 экз./мин. После интенсивных тестов удалось





подобрать нужный тип праймирующего состава и покрывного лака, обеспечивающих надежную адгезию красок HP Electroink к картону и беспроблемное прохождение финишных операций: надпечатку золотой краской на флексографской машине, резку рулонов в листы и последующую вырубку пачки. Во-вторых, необходимо было соблюсти специальные требования к поверхности пачки: у нее должен быть нормированный коэффициент скольжения в тракте упаковочного автомата.

Не менее важной задачей стал выбор конфигурации управляющей станции цифровой машины, обеспечивающий входную обработку и растривание файлов по алгоритмам HP Mosaic. Благодаря консультациям специалистов HP, инженерам типографии удалось собрать эффективно работающую систему на базе двух рабочих

станций с программным обеспечением Esko Graphics.

Итогом успешной подготовки и последующей непрерывной круглосуточной работы цифровой машины HP Indigo WS6600 в течение шести недель стал не менее выдающийся результат: сигаретные упаковки Flake, изящно декорированные абсолютно разными, ни разу не повторившимися узорами, появились на прилавках торговых точек.

Ремарка

Конечно, изготовление массовой персонализированной упаковки возможно не только на HP Indigo – могут быть использованы и другие цифровые печатные машины. Но в настоящее время компания HP наиболее досконально проработала весь процесс: есть технологии генерации уникальных сюжетов и различные

виды печатной техники, способной печатать на самых разных материалах (как полимерных, так и бумажных). Причем это оборудование, в отличие от многих других, рассчитано на большие промышленные тиражи, а не на штучные. И большую роль в развитии этого сегмента полиграфии, конечно, сыграло появление машин формата B2. Все-таки когда речь идет о десятках и сотнях тысяч экземплярах, формат машины становится важной характеристикой.

И поскольку рынок осознал потенциал персонализированной упаковки, переход на нее будет быстрым и массовым. И, разумеется, конкуренты довольно быстро предложат свои решения в этом направлении. Но HP по-прежнему остается первым! *У*

*Напечатано с сокращением
с разрешения онлайн-журнала
PrintDaily.ru*

ЛУЧШЕЕ

ЦИФРОВОЕ РЕШЕНИЕ
ДЛЯ ПЕЧАТИ ЭТИКЕТКИ

СЕМИКРАСОЧНАЯ
КОНФИГУРАЦИЯ

HP INDIGO WS6800

Автоматизированная интеллектуальная система контроля качества печати

- | увеличение производительности на 35%
- | встроенный модуль праймирования
- | улучшение экономики печати на 30%
- | новая белая кроющая краска повышенной оптической плотности

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ
ОФСЕТНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

UNIPRINT

ООО "UNIPRINT"
03040 Киев,
Васильковская, 1, офис 116
Тел. +38 (044) 490 34 60
Факс +38 (044) 490 34 61
www.uniprint.ua