

# HP Mosaic тепер в Україні



М.К. Шелеховський, ТОВ «Уніпринт», м. Київ

*Світ змінюється. А з ним змінюємося і ми. Кожен з нас хоче жити краще, здійснюючи свої бажання отримати знання, бути здоровим та найкраще задовольняючи власні споживчі потреби. Незважаючи на низку світових економічних криз, кліматичні негаразди, зменшення природних можливостей планети, споживчий ринок активно розвивається, задовольняючи потреби населення все нових і нових регіонів світу.*

*Разом з тим змінюються відносини між виробником та споживачем продукції, зростає інформаційний потік про можливості сучасних технологій для виробництва продукції, осмислення якого пересічним споживачем часто є надскладним. Усе це приводить до необхідності перебудови маркетингових підходів для успішного просування брендів та збільшення продажів продукції.*

## Ринкові передумови

Ринкова конкуренція – це можливість для споживача вибрати для себе кращу продукцію як за якістю, так і за її вартістю. Крім того, це розвиток брендів, технологій, обладнання, а також систем просування продукції до споживчих ринків. Разом з тим економічні кризи вимагають оптимізувати складські запаси продукції, змінити відносини на ринку між його лідерами та регіональними виробниками. Не залишилися осторонь відомі світові бренди, які продовжили сегментувати продукцію, збільшуючи частку «коротких» замовлень для виробників упаковки та етикетки (замовлення «коротше 2 км» складають на ринку сьогодні понад 60 %).

Усе це привело до суттєвих змін на ринку споживчої продукції, а з ними – і до розробки нових технологій та обладнання для виготовлення упаковки та її художнього оформлення. При цьому враховувалися такі фактори:

- виділення на ринку брендової продукції;
- структурування споживачів за віком, національними особливостями споживання, купівельною спроможністю;
- виділення продукції за сезонним споживанням;
- поділ продукції за її складом, якістю, безпечністю, умовами зберігання та регіонами її споживання.

У процесі всіх цих ринкових трансформацій, як не дивно, зросли вимоги до якості продукції та її безпечності. І виробники продукції та її упаковки почали шукати баланс між продуктивністю виробництва, якістю продукції, витратами на її виготовлення та її ринковою вартістю.



## «Цифрова» відповідь

Як показали сучасні дослідження експертів ринку, етикетка та упаковка для будь-якої продукції є каталізатором збільшення продажів продукції, важливим ключем до успіху на ринку. Останнім часом використання цифрових технологій для оформлення етикеток та упаковок з будь-яких пакувальних матеріалів зашкалює. За останні 10 років використання цифрового друку в пакувальному виробництві, виготовленні рекламної продукції, друкуванні книжок і часописів зросло майже на 500 %. Цей процес продовжується, про що яскраво засвідчили досягнення багатьох компаній на поліграфічній виставці dgra 2016 у Дюссельдорфі. І безумовним лідером на цьому ринку є компанія **Hewlett Packard**.

У світі вже працює понад тисячу цифрових машин 3-го покоління HP Indigo 6000, 6600, 6800 та понад сотню машин 4-го покоління HP Indigo 20000, 30000. Серед вузькорулонного формату перед ведуть машини моделей HP Indigo 6800, 8000 (ширина полотна – до 340 мм, максимальний формат зображень – 320 × 980 мм, товщина матеріалів – від 12 до 450 мкм). Серед широкорулонних цифрових машин – машина HP Indigo 20000 (ширина полотна – до 762 мм, максимальний формат зображення – 740 × 1100 мм, тов-

щина матеріалів – від 10 до 250 мкм). Для виготовлення картонної упаковки **Hewlett Packard** і її представник в Україні – **ТОВ «Уніпринт»** пропонують машину HP Indigo 30000 разом з машиною Tresu для лакування (формат друку – 746 × 510 мм, товщина матеріалів – від 250 до 600 мкм).

Заслужує на увагу ламінатор HP Indigo Pack Ready, який працює разом із машиною HP Indigo 20000. Задрукований матеріал ламінується з використанням плівки з нанесеним адгезивом, склад якого оптимально підходить для взаємодії з HP Indigo ElectroInks.

## Можливості HP Mosaic

Ще кілька років тому **Hewlett Packard** разом з компанією Coca-Cola розробили унікальний проект Share & Coke із виготовлення персоналізованої етикетки для напоїв у пляшках із ПЕТФ. Далі були аналогічні проекти з компаніями Heineken та L'Oreal, усі упаковки одного брендованого продукту яких мали різний дизайн. Їх реалізація стала можливою за рахунок комбінації цифрового друку та програмного продукту HP Mosaic.

Сьогодні технологія HP Mosaic відтворена в Україні. Вона впроваджена в компанії **Univest Advertising Production** і реалізується при виробництві рек-



ламної та пакувальної продукції на машині цифрового друку HP Indigo 5500 із використанням HP Mosaic. Програмний продукт HP Mosaic представляє собою опцію динамічної персоналізації для додатку HP SmartStream Designer і є, по суті, генератором патернів. Використовуючи єдиний шаблон етикетки, упаковки або рекламної продукції, можна програмно згенерувати практично нескінченну кількість її різних дизайнів, які несуть як загальну інформацію, так одночасно і відмінні його елементи. Наведені приклади різноманітної упаковки та рекламної продукції виготовлені в компанії **Univest Advertising Production** та демонструють унікальні можливості HP Mosaic. HP SmartStream Designer разом з HP Mosaic дає змогу відтворити технічно складні спеціальні завдання за допомогою простого та доступного



інструмента обробки змінних даних, оптимізованого до друкарських машин HP Indigo. Додаток HP Mosaic динамічно персоналізує макети дизайну, коли за основу беруться створені дизайнером векторні шаблони макета у форматі PDF, які перетворюються шляхом випадкового сполучення базових перетворень: обертання, переміщення, масштабування. Причому їх параметри

також випадкові. Чим більше шаблонів використовує дизайнер, чим вони складніші, чим більше мають кольорових переходів і варіацій, тим більше індивідуальних варіантів етикетки, упаковки й рекламної продукції можна отримати. До речі, обкладинка часопису «Упаковка», який ви тримаєте в руках, теж оригінальна та виконана за допомогою HP Mosaic. Вона надрукована в компанії **Univest Advertising Production** на цифровій друкарській машині HP Indigo 5500. Її унікальність – у персоналізованому дизайні кожного екземпляра всього накладу, відмінність якого легко помітити, поклавши поруч кілька журналів. Наведені приклади демонструють можливості цифрового друку як потужного засобу взаємодії між виробником та покупцем продукції. Він виділяє продукцію на торговельній полиці, підвищує зацікавленість споживача до продукції та формує в нього бажання купити її. Все це дає можливість створювати нові, цікаві та прибуткові проекти для просування продукції на ринку. *Ж*

