

На твердом основании

Сергей Окованцев, директор по маркетингу рекламно-производственного холдинга We R.SIGNS: "Я честно могу сказать, что в ближайшее время самоклейка будет вытеснена с некоторых сегментов рынка".

Р.О.С.М.: Расскажите, пожалуйста, о тех или иных новых направлениях деятельности Вашей компании, являющихся для Вас приоритетными.

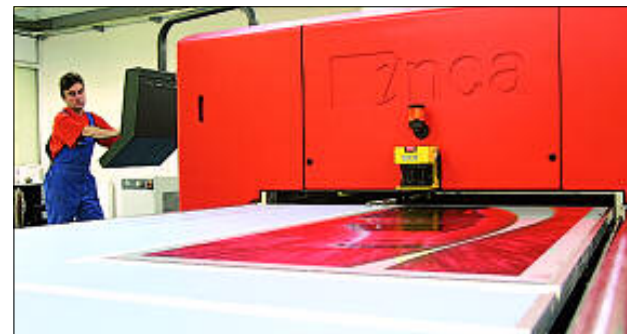
С.О.: В последнее время одним из очень перспективных направлений развития для нас является продвижение струйной цифровой печати на твердых поверхностях. В 2003 году мы ввели в эксплуатацию промышленный печатный станок производства компании Inca Digital. Несмотря на то что мы понимали, насколько эта технология перспективна, мы даже не представляли, насколько быстро она может достичь широчайшей популярности.

Р.О.С.М.: Что же в ней такого революционного?

С.О.: На наш взгляд, эта технология обладает рядом особенностей, благодаря которым она существенно изменит расклад сил на рынке широкоформатной печати. В настоящий момент для нанесения изображений на жесткие поверхности в подавляющем большинстве случаев используется самоклеящаяся пленка, на которую картинка наносится с помощью плоттера, а уже потом "самоклеячку" накатывают на сам материал. Этот способ нанесения изображений, к примеру, используется при разработке и изготовлении большинства р.о.с.-материалов. На наш взгляд, технология печати на жесткой поверхности, продвижением которой мы занимаемся, в течение нескольких ближайших лет вытеснит самоклеящуюся пленку с некоторых сегментов рынка, которые та сейчас занимает.

Р.О.С.М.: А за счет каких особенностей новой технологии печати произойдут эти изменения?

С.О.: Во-первых, как это ни банально звучит, за счет существенного снижения стоимости нанесения изображения. При себестоимости приблизительно в тридцать долларов квадратный метр "самоклейки" стоит на рынке сорок – пятьдесят долларов, и если продавать его по более низкой цене, бизнес перестанет быть рентабельным. В нашем же случае сам процесс нанесения изображения достаточно экономичен, что позволяет быть гораздо более гибкими в области ценовой политики. Это первое, что касается непосредственно денег. Второе, тоже сугубо финансовое, преимущество новой технологии заключается в том, что она позволяет не привязывать стоимость печати изображения к тиражу. Таким образом, клиент может не задумываться, сколько копий того или иного изображения ему нужно напечатать, десять или десять тысяч; все равно стоимость печати одной копии будет одинаковой при любом тираже. Что немаловажно, технология позволяет, печатая серийное изображение



ние, наносить на каждый экземпляр некую уникальную информацию без всяких дополнительных затрат; каждая картинка может содержать уникальную информацию. В качестве примера области применения такой услуги можно привести р.о.с.-материалы любой общенациональной ритейловой сети – теперь будет очень удобно адаптировать их к локальным условиям того или иного города.

Новая технология также позволяет существенно улучшить качество изображения – она дает фотокачество при печати с разрешением 1200 dpi. Качество, прорисовка изображения носит сугубо практический смысл для любых интерьерных решений, особенно тех, которые используются в торговых залах, местах продаж. Люди могут даже не отдавать себе в этом отчета, но уровень прорисовки деталей интерьерной картинке – а именно это я и имею в виду, когда говорю о качестве изображения, – напрямую влияет на тот эмоциональный эффект, который изображение производит на зрителя. При той абсолютной четкости, которой позволяет достичь непосредственное нанесение на твердую поверхность, эмоциональный эффект, производимый на наблюдателя, возрастает в несколько раз, причем вне зависимости от его сознательного желания: что называется, "невозможно глаза оторвать".

В новой технологии используются быстросохнущие краски с УФ-отверждением, и это еще одно преимущество новой технологии: такие краски позволяют забыть про головную боль с цветопередачей – она по умолчанию будет такой же, как и в исходном файле, значит, отпадает необходимость в пробных оттисках. Получившийся красочный слой абсолютно устойчив к любым атмосферным явлениям, не выгорает, не портится – он практически вечен. Если печатать на твердом пластике, то изображение сможет служить годами, не тускнея, – достаточно будет всего лишь стирать с него пыль.

Отдельного упоминания заслуживает скорость печати – она превосходит скорость печати любого плоттера в разы: уже используемый нами аппарат Inca Eagle позволяет наносить изображение со скоростью 80 м/ч. При



этом компания Inca Digital производит четыре разновидности таких машин, и самая мощная работает в 1,5 раза быстрее нашей.

На практическом уровне это обстоятельство позволяет существенно упростить решение задач в области взаимодействия с клиентом: люди, чей заказ оказывается выполненным намного раньше ожидаемого ими срока, расценивают произошедшее как очень приятную неожиданность.

Ширина печати и ее характеристики также практически ничем не ограничены: при том, что та машина, которая у нас есть, дает максимальный размер одного изображения 1,6 Ч 2 м, мы успешно выполняем на ней заказы сити-формата, формата стендов наружной рекламы – за счет того, что технология позво-

ляет очень хорошо прорабатывать точку совмещения панелей; по этой же самой причине не представляет сложности высококачественное решение задачи двусторонней печати.

Именно все вышеуказанные преимущества позволяют нам с такой уверенностью прогнозировать успех новой технологии на российском рынке уже в ближайшей перспективе. По сравнению с технологией печати самоклеящейся пленки на плоттерах технология цифровой печати выглядит как DVD по сравнению с VHS, или, если угодно более образное сравнение, – как калькулятор по сравнению с ручными счетами. Функции примерно одинаковые, но вот уровень комфорта, качества и скорости выполнения – совершенно другой, что позволяет не думать о функции, а сосредоточиться на решении задач, осуществляемых с ее помощью. То есть, скажем, думать не о том, как бы подешевле и проще напечатать р.о.с.-материалы, а быть всегда уверенным в том, что р.о.с.-материалы всегда будут под рукой, максимально высокого качества и минимальные по цене, и сосредоточиться уже на том, какой дизайн и в каком месте торгового зала лучше всего будет воздействовать на покупателя.

Мы так уверены в будущем этой технологии именно потому, что просто не можем представить себе клиента, который бы попробовал ее использовать и после этого продолжал интересоваться самоклеящейся пленкой.

Р.О.С.М.: Кстати, о Ваших клиентах – кто они сейчас? Кого Вы видите среди них в ближайшем будущем?

С.О.: Круг потенциальных клиентов этой услуги очень широк и обусловлен именно большим количеством областей ее возможного применения. Цифровую печать на жестких поверхностях очень выгодно и удобно использовать не только в рекламном нанесении – она открывает большие возможности в области дизайна жилых помещений, при этом существенно его удешевляя: с ее помощью можно за относительно небольшие деньги нанести любое изображение на двери, потолочные и стенные панели. Мы совсем недавно стали продвигать эту технологию, и все

время появляются все новые и новые варианты ее использования: так, например, относительно недавно мы запустили ориентированную на частных лиц услугу, позволяющую им за короткое время и совсем небольшие деньги возможность сделать из своей фотографии портрет на холсте, стилизованный под масляную живопись. Но, конечно, большая часть потребителей этой технологии работает в межкорпоративной сфере.

В настоящий момент приблизительно 50% наших клиентов – это заказчики р.о.с.-материалов, 35% – те, кто занимается дизайном помещений, и примерно 10% заказов мы делаем для наружной рекламы.

Р.О.С.М.: Заказчики р.о.с.м. – среди них преобладают конечные клиенты, или это посреднические компании?

С.О.: Среди наших клиентов есть обе эти категории, но всем нашим клиентам мы оказываем одинаково качественные услуги

Р.О.С.М.: А конкуренты?

С.О.: Сейчас о конкуренции в области цифровой печати говорить пока рано – на всю Россию имеется всего четыре машины промышленного класса, позволяющих осуществлять цифровую печать на твердой поверхности, а для того, чтобы покрыть существующие потребности в такой услуге хотя бы в одной только Москве, их нужно не менее десятка. Помимо нас, есть три компании, продвигающие решения других производителей оборудования, но машины Inca Digital в настоящий момент являются наиболее технологически продвинутым решением. Мы сейчас собираемся расширять производство, покупать себе второй агрегат производства этой компании. Более того, в дальнейшем мы планируем помогать в приобретении этого оборудования тем компаниям, которые, уловив "направление движения воздушных потоков", осознают необходимость замены устаревшего печатного оборудования на более современное. Я честно могу сказать, что в ближайшее время рыночная ценность плоттеров для изготовления самоклеящейся пленки сильно снизится. Бизнес, он

ведь устроен как дыхательный аппарат акулы – дышишь лишь до тех пор, пока движешься.

Р.О.С.М.: Ну хорошо, допустим, что я Вам верю, и технология печати, о которой Вы говорите, действительно носит революционный характер и сможет в связи с этим вытеснить с рынка самоклеящуюся пленку. А Вы не боитесь, что придет какая-нибудь новая, еще более прогрессивная технология, на фоне которой цифровая печать покажется устаревшим анахронизмом?

С.О.: Пока что существует только одна более прогрессивная по сравнению с цифровой печатью разработка – это активные панели, на которые изображение просто загружается с жесткого диска. Но эта технология сейчас находится на такой стадии развития, что ее промышленное использование в течение ближайших лет представляется мне маловероятным.

КОММЕНТАРИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Игорь Парамонов,
директор по маркетингу компании "Лир"
paramonov@ler.ru

С моей точки зрения, печать на пластике способна потеснить "самоклеящуюся пленку" с какой-то части рынка, но говорить о том, что в ближайшее время она способна занять его существенную долю, я посчитал бы некорректным. Во-первых, печать на "самоклеящейся пленке" в настоящий момент стоит существенно дешевле печати на пластике, и я не вижу, каким образом эти два вида печати смогли бы конкурировать по цене. Затем, следует принимать в расчет интересы региональных компаний – регионы традиционно консервативны, и они только-только стали покупать нормальные плоттеры, и им еще надо их окупить. Также следует принимать в расчет такое качество "самоклеящейся пленки", как ее заменяемость – ее с легкостью можно заклеить другой "самоклеящейся пленкой", чего не получится сделать с пластиком – разве что, заклеить его опять же самоклеящейся пленкой. И потом, у меня нет ресурсных данных по пластику – то есть, я не видел, чтобы кто-то проводил серьезные испытания по стойкости изображения.

**Руководитель Рекламной службы
Промышленной группы "Хоббит"**
Максим Камаргин

На мой взгляд, необходимость в новой технологии производства POS-материалов возникла уже дос-

**ЗАЧЕМ НАКАТЫВАТЬ
САМОКЛЕЙКУ
НА ПЛАСТИК**



**ЕСЛИ МОЖНО ПЕЧАТАТЬ
СРАЗУ НА НЁМ**

**ШИРОКОФОРМАТНАЯ ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ НА ЖЁСТКИХ МАТЕРИАЛАХ**

Значительно экономит ваше время и средства при изготовлении наружной и интерьерной рекламы, а также постеров, вывесок, указателей, диспенсеров, штендеров, информационных панелей и стендов, дисплеев, выставочной графики, мобильных стендов, световых коробов и других Р.О.С.-материалов

**ПЕЧАТЬ С РАЗРЕШЕНИЕМ —1200 DPI.
НЕ ТРЕБУЕТ ЛАМИНАЦИИ. ГАРАНТИЯ 3 ГОДА.**

We R.SIGNS
INTERNATIONAL

РОССИЯ, МОСКВА, БАРАБАННЫЙ ПЕР., 8а
ТЕЛ.: (095) 797 8858, ФАКС: (095) 797 8859
WWW.WERSIGNS.RU, WERSIGNS@WERSIGNS.RU

таточно давно. В то время, когда различные отрасли производства претерпевают бурный рост и продвигаются "семимильными" шагами, подготовка изображений POS-продуктов до недавнего времени включала в себя целый комплекс морально устаревших работ: нарезка и обезжиривание поверхности несущего материала, печать изображения на самоклеящейся пленке, поклейка этого изображения на основу... Предполагаю ситуацию, когда менеджер по рекламе, имея ограниченный бюджет на оформление точек продаж, оставил свой выбор на наиболее дешевом качестве печати изображения в 300 dpi. В результате, сравнивая полученный POS-продукт с аналогичным по конструктивным особенностям и первоначальной идее, но поступившим из-за рубежа изделием, чувствовалась огромная разница и в качестве, и, соответственно, в воздействии на целевую аудиторию. При первом же знакомстве с технологией печати "EAGLE" захотелось воскликнуть: "Наконец-то!!!". Прямо на пластике, дереве, стекле, керамике и других жестких материалах, минуя "дедовские" трудоемкие и отнимающие массу времени процессы, можно достойно представлять свою компанию, воплощая самые смелые решения в POS-материалах европейского качества. А самое главное, благодаря технологии "EAGLE", Ваши идеи будут выполнены с качеством (ВНИМАНИЕ!)

не ниже 1200 dpi! Востребованность данной качественной, недорогой и, я бы сказал, оперативной технологии безусловно потеснит в будущем стандартную "самоклейку".

Елена Брюхова, компания "Мастер толков"

Наша компания занимается отделочными материалами их полистирола; ассортимент у нас довольно большой, и в этой связи возникла необходимость в создании специальной мобильной демонстрационной экспозиции для размещения в торговых точках, на выставках – везде, где бывают потенциальные клиенты. В связи с этим мы и применили технологию печати на пластике.

Прежде всего нас привлекло то, что полученный экспозиционный материал очень удобен для размещения, пластик не выгорает, а качество самой печати-1200 dpi носит фотографический характер. Конечно, по сравнению с наклейкой получается несколько дороже, но при условии гарантии в три года на изображение-в нашем случае эти затраты вполне окупаются. Что касается конкуренции с самоклеящейся – не думаю, что печать на пластике вытеснит самоклеящуюся, скорее, она станет еще одним, альтернативным способом нанесения изображения.

Станислав Кузнецов, менеджер по маркетингу корпорации Sela

С помощью технологии печати на пластике мы делали постеры для торговых залов наших магазинов; безусловно, после того, как мы воспользовались этой технологией нанесения, возвращаться к "самоклейке" не имеет смысла. Главным образом, очень велика разница в качестве изображения – она там примерно такая же, как разница между вождением иномарки и отечественного автомобиля. Захочет ли человек, посидевший за рулем "Мерседеса", пересаживаться обратно на "Жигули"? Вряд ли. Так же дело обстоит и тут. Печать на твердой поверхности вполне способна занять существенную часть того рынка, который сейчас занимает "самоклейка", – естественно, если ее стоимость снизится до стоимости "самоклейки".

