

## 3PRINT – HP GALA 2014

Με μεγάλη συμμετοχή και επιτυχία πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία **3-Print** τον περασμένο Δεκέμβριο στο Ίδρυμα Κακογιάννης εκδήλωση για το κλάδο των Γραφικών Τεχνών. Αφορούσε προϊόντα της HP Indigo αλλά και μια παρουσίαση εμπλουτισμένη από τις τάσεις και τις προκλήσεις της βιομηχανίας των εκτυπώσεων.



**Ο κ. Alon Bar Shany, Αντιπρόεδρος και Γενικός Διευθυντής HP Indigo Digital Press Division καθώς και τα στελέχη της 3-Print** μας καλωσόρισαν και παραχώρησαν μια μικρή συνέντευξη τύπου πριν από την εκδήλωση: « Οι πελάτες μας πιστεύουν στην εκτύπωση και στη δυναμική της, επιλέγοντας να διαφοροποιηθούν χρησιμοποιώντας τις έξυπνες τεχνολογίες οι οποίες έχουν εισβάλλει κυριολεκτικά στη ζωή μας καθώς δίνουν εντυπωσιακά έντυπα αλλά και κυρίως και από τα smart phones τα οποία προσφέρουν λύσεις αδύνατες μέχρι πριν από μερικά χρόνια. Οι πελάτες μας είναι δημιουργικοί, ανοιχτοί, επενδύουν στις νέες προτάσεις που τους προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες και αυτό φαίνεται από τα αποτελέσματα, απόδειξη αυτού είναι ο συνεργάτης μας εδώ στην Ελλάδα, ο οποίος είμαι σίγουρος ότι θα συνεχίσει το ίδιο αποτελεσματικά. Παρ' ότι ο κλάδος των γραφικών τεχνών έχει πληγεί διαπιστώνω ότι είτε πρόκειται για μικρές είτε για μεγάλες οικονομίες τα περιθώρια επιτυχίας είναι αρκετά μεγάλα. Προβλέποντας

ότι η κρίση θα συνεχιστεί και τα επόμενα 2 χρόνια, οι τάσεις όμως που εμφανίζονται δημιουργούν εκείνες τις προοπτικές για όσους από εκείνους είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν. Στην Αμερική, για παράδειγμα αρκετές είναι οι επιχειρήσεις του κλάδου μας που έχουν βάλει λουκέτο, αλλά, είναι και πολλές εκείνες οι οποίες συνεχίζουν να προσδίδουν πρόσθετη αξία στα ίδια τους τα προϊόντα, καθώς ο ανταγωνισμός δεν στηρίζεται αποκλειστικά και μόνο στις τιμές αλλά στις καλύτερες δυνατές παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους πελάτες τους. Χρησιμοποιώντας και συνδυάζοντας εκτύπωση και social media εμπλουτίζεις και εκσυγχρονίζεις τις υπηρεσίες για τους πελάτες. Η τεχνολογία της Indigo αξιοποιεί την ίδια της την τεχνολογία καθώς και τα ίδια τα προϊόντα της. Χωρίς να κάνει εκπτώσεις στην ποιότητα είναι σε θέση να χρησιμοποιεί την πληθώρα υλικών που διαθέτει. Δεν υπάρχει περιορισμός στον αριθμό των χρωμάτων ή τα υποστρώματα που μπορεί να έχει η κάθε εκτύπωση. Παρ' όλο την ύφεση των τελευταίων χρόνων καταφέραμε να διπλασιάσουμε το μέγεθος μας την τελευταία εξαετία. Επενδύσαμε περίπου 150 εκκατομ. σε έρευνα και ανάπτυξη. Παρουσιάσαμε νέα προϊόντα στην Drupea και είναι πολλά ακόμα εκείνα που θα παρουσιασθούν στο εγγύς μέλλον. Οι πελάτες μας επένδυσαν σ' αυτά τα νέα προϊόντα, αναπτύσσονται και εμείς είμαστε στο πλευρό τους παρέχοντας την κατάλληλη εκπαίδευση και αυτοί με τη σειρά τους τη μεταφέρουν στους πελάτες τους. Κατ' αυτό τον τρόπο ο κλάδος καταφέρνει να είναι σε διαρκή κίνηση και κυρίως να είναι υγιής και κερδοφόρος.





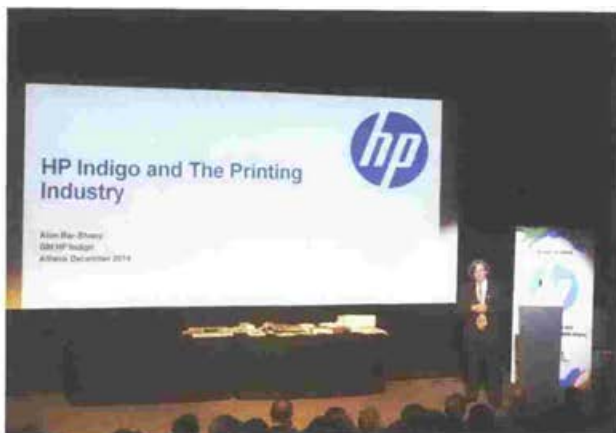
Στη συνέχεια τα στελέχη της **HP Indigo** απάντησαν στις κάτωθι ερωτήσεις.

**Μπορείτε να μας αναφέρετε μερικές από τις κινήσεις και σχέδια της HP Indigo στην Ελλάδα;**

**Beky Shemer, CEO 3Print:** Είμαστε χαρούμενοι για τη ανάπτυξη στην ελληνική αγορά τόσο στο βιομηχανικό τομέα όσο και σε αυτό της ετικέτας. Έχουμε ένα διπλασιασμό τόσο στο εμπορικό κομμάτι όσο και σε κάθε άλλη εφαρμογή γενικότερα. Πιστεύουμε και στηρίζουμε τον ορθολογιστικό τρόπο ανάπτυξης των εργασιών και αυτό αποτελεί μια σταθερά στο πλαίσιο της συνεργασίας μας με κάθε πελάτη μας. Ορθολογιστική ανάπτυξη σύμφωνα με τις ανάγκες του καθένα. Η εγκατάσταση μηχανημάτων και η αύξηση στα Βαλκάνια είναι διπλάσια αλλά εστιάζουμε και στην αύξηση πετυχημένων παραδειγμάτων. Η εταιρεία μας αναπτύσσεται διαρκώς και προσλαμβάνοντας περισσότερους μηχανικούς στις ομάδες μας είμαστε αισιόδοξοι για το μέλλον, στοχεύοντας στην εύκαμπτη συσκευασία στα χάρτινα κουτιά και χαρτοκιβώτια.

**Η εκτύπωση αντιμετωπίζει ένα συνεχώς εξελισσόμενο περιβάλλον από ψηφιακά μέσα, το διαδίκτυο, τις τάσεις των νέων ανθρώπων, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και άλλα. Η πρόσφατη έρευνα της Drupa έδειξε ότι η κύρια απειλή των εκτυπώσεων παγκοσμίως είναι η ανάπτυξη του ίντερνετ. Πως λοιπόν η HP αντιμετωπίζει το περιβάλλον αυτό;**





**Alon Bar – Shany Αντιπρόεδρος και Γενικός Διευθυντής HP Indigo Digital Press Division:** Είμαι αισιόδοξος, αλλά συνάμα είμαι και ρεαλιστής. Είμαι λίγο επιφυλακτικός όσο αφορά διάφορες μελέτες που αναφέρουν ανάπτυξη ή κινδύνους, απειλές και άλλα. Υπάρχουν θύλακες ανάπτυξης, για παράδειγμα το direct mail. Τα βιβλία γνώρισαν σημαντική πτώση, αλλά τώρα είναι σε σταθερή ανάκαμψη. Παρόλα αυτά νομίζω ότι τα επόμενα 5-10 χρόνια ο αριθμός των σελίδων που θα τυπώνονται θα μειωθεί. Από την άλλη βέβαια η αξία της κάθε σελίδας που τυπώνεται θα αυξηθεί, θα παρέχεται δηλαδή πρόσθετη αξία στην κάθε σελίδα. Οι πιέσεις στους τυπογράφους θα συνεχισθούν αλλά και με τη σύγχρονη τεχνολογία θα μπορούν να τυπώνουν περισσότερα και πιο φτηνά. Βρισκόμαστε σε ένα μεταβατικό στάδιο προσαρμογής, πιστεύω ότι στα επόμενα 2-3 χρόνια θα μπορούμε και πρέπει να επενδύσουμε προσαρμοζόμενοι όλοι στα νέα δεδομένα. Επενδύσεις και καινοτομία είναι αυτό που χρειάζεται. Ο τομέας της συσκευασίας είναι πολύ σημαντικός για εμάς. Η συσκευασία στην ουσία μεταφέρει το μήνυμα, όπως μια καλή ετικέτα θα πουλήσει το προϊόν στο ράφι, έτσι και η προσωποποιημένη συσκευασία θα ενισχύσει το μήνυμα κάθε εταιρείας. Γι' αυτό και η 3-Print θα συνεχίσει να επενδύει μεγαλύτερα ποσά στη συσκευασία.

**Ποιες οι τάσεις στο έξυπνο σουπερμάρκετ και στην έξυπνη ετικέτα, που κινείται η HP σε αυτό τον τομέα;**

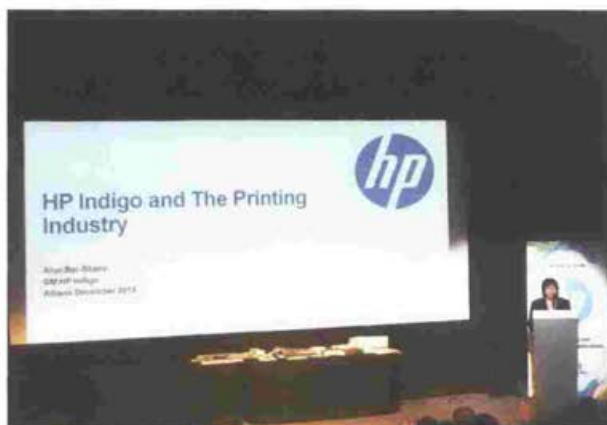
**Alon Bar – Shany, Αντιπρόεδρος και Γενικός Διευθυντής HP Indigo Digital Press Division:** Πρέπει να σας πω ότι αυτά θα χρειαστούν χρόνο και δεν θα συμβούν εν μια νυκτί. Οι μεγάλες εταιρείες είναι πιο συντηρητικές σε σχέση με τον εκάστοτε καταναλωτή, επομένως είναι πιο δύσκολο να αλλάξουν τη διαδικασία του μάρκετινγκ και των στρατηγικών τους. Αυτό που κάνουμε εμείς στην ουσία είναι η εκπαίδευση των εταιρειών, όπως για παράδειγμα στη Coca Cola, Nestle και άλλες. Δεν αποτε-

λεί επανάσταση αυτό που θα τετραπλασιάσει τα νομμερά τους, αλλά πιστεύω ότι θα υπάρξει αύξηση της τάξης του 10-20%.

**Πως καθορίζει η εταιρεία σας το γεγονός ότι τα πράγματα γίνονται έτσι ακριβώς όπως τα θέλει το κοινό. Για παράδειγμα, να σταματήσουν οι εκτυπώσεις επειδή θέλουμε τα ebooks. Επίσης για το αν τα μεταβλητά δεδομένα πράγματι δίνουν αξία στις εκτυπώσεις. Ποια η άποψή σας για τα παραπάνω;**

**Alon Bar – Shany, Αντιπρόεδρος και Γενικός Διευθυντής HP Indigo Digital Press Division:** Τα τελευταία 10-15 χρόνια έχουν γίνει δραματικές αλλαγές. Οι άνθρωποι δεν έχουν αλλάξει τόσο πολύ όσο η τεχνολογία. Αναζητούν το χαρτί και αυτό μπορεί να τους καλύψει η τυπογραφία και οι εκτυπώσεις γενικότερα. Όσο για τα ebooks, μελέτες έχουν δείξει ότι όταν ένα ανθρώπινο μάτι τα διαβάσει συγκρατεί πολύ λιγότερα από όταν διαβάσει ένα αντίστοιχο έντυπο βιβλίο. Αντίστοιχες δικές μας έρευνες έχουν δείξει ότι η τυπογραφία εμπεριέχει συνδυασμό συναίσθηματος αλλά και αποτελεσματικότητας. Επομένως αν ενδεχομένως χάσουμε κάτι στην πορεία, το συναίσθημα είναι το σημείο κλειδί και πάνω σε αυτό πρέπει να πειραματιστούμε. Όσοι είναι πολέμιοι του έντυπου κλάδου, πρέπει να τους πω ότι το ανθρώπινο συναίσθημα δεν αντικαθιστάνται.

Με το πέρας της συνέντευξης τύπου ακολούθησε το κύριο πρόγραμμα της παρουσίασης, λύσεις που προτείνει η HP Indigo σ' όλο τον κλάδο των γραφικών τεχνών, αναλύσεις και στατιστικά στοιχεία καθώς και προκλήσεις από το μέλλον. Οι λύσεις και οι υπηρεσίες ανά κλάδο έδειξαν αναλυτικά τις προοπτικές αλλά και τα ποσοστά επιτυχίας όσων επένδυσαν σε μηχανήματα HP Indigo και πως αυτή η τεχνολογία καλύπτει αλλά και δίνει λύσεις στα κενά που έχουν δημιουργηθεί.





Giannis Zampeidakis

απο την σελίδα 5...



Dimitris Karabasiliadis  
DK Consultants



Jeroen Van Bauwel, Xeikon



Giannis Kritsotakis

Tassos Politis



Yael Barak, HP Indigo



Stelios Tzagos, Xeikon



Kostas Vgontzas, Luchia A.E.



Giorgos Dimitropoulos,  
3 Print Ελλάς AEE



G. Dimitrakopoulos, GS1



Avgierinos Chatzichrysos,  
Forlabels A.E.

Πιστεύω λοιπόν ότι όλοι οι παίκτες – κλειδιά πρέπει να συμβάλλουν και να ανταποκριθούν σ' ένα διάλογο διάρκειας, για ακόμα καλύτερες συσκευασίες και ετικέτες καθώς είναι αυτές οι οποίες παίζουν ένα καθοριστικό ρόλο στην τελική απόφαση αγοράς του προϊόντος από τον καταναλωτή. Η ανάδειξη και η διαφοροποίηση του προϊόντος από άλλα ανταγωνιστικά.

Σ' αυτές τις σκέψεις στηρίχθηκε και πραγματοποιήθηκε προ ημερών το 4ο Συμπόσιο "Package & Label: Innovation".

Το Συμπόσιο με μια πλειάδα ομιλητών από όλο το φάσμα της συσκευασίας και της ετικέτας, του marketing, αλλά και από την πλευρά του καταναλωτή έχοντας ως στόχο τον πλουραλισμό όλων των απόψεων, κάλυψε με τη θεματογραφία του τόσο τα τεχνικά και πιο εξειδικευμένα μέρη όσο και εκείνα των παραγωγών αλλά και του τελικού χρήστη και καταναλωτή.

Και νομίζω ότι κατάφερε να αγγίξει το σκοπό του, όπως ακριβώς και μια συσκευασία αγγίζει τον συναισθηματικό κόσμο του καταναλωτή και δημιουργεί μια παθιασμένη σχέση με το προϊόν.



Stella Kalapoti,  
Φωτόλιο & Typicon A.E.



Dimitris Papaioannou,  
PV Engineering CO



Theodoros Skagias,  
Θ.Κ. Σκαγιάς A.E.



Aristomenis Mpinis,  
Weidenkammer Pacaging Group



Stefano Pistoni,  
UPM RAFLATAK



Athanasios Manabhis



Gernot Schneider,  
SCREEN EUROPE



Kostas Oikonomopoulos, BEL



S. Nomikos,  
B. Ψαρίδης (OTOHE)



Natasa Georgiou,  
EPSON Hellas



Οι ψηφιακές εκτυπώσεις και τα πλεονεκτήματά τους είχαν την τιμητική τους. Η υιοθέτησή τους από τον κλάδο της ετικετοποιίας άλλαξε τα δεδομένα, αποτελεί πλέον μια τεχνολογία αιχμής.

Οι έξυπνες συσκευασίες οι οποίες παρουσιάστηκαν μέσω εφαρμογών από smart phones και tablet, προσφέρει μια νέα γνωριμία με το προϊόν, μια πλήρη ενημέρωση από την ίδια την ετικέτα και τις διάφορες σημάνσεις. Ήδη στο προσκήνιο έχουμε νέα είδη ετικετών, όπως clean labels, laser – cut ετικέτες, braille ετικέτες, ετικέτες από νέα υλικά (ξύλο, φελλό κ.λ.π.), ετικέτες τοπικού και εθνικού χαρακτήρα και τελευταία τις εξατομικευμένες ετικέτες οι οποίες γνωρίζουν τεράστια επιτυχία. Οι



Όλοι οι ομιλητές επικεντρώθηκαν στο νέο και στις καινοτομίες.  
 Σε οτιδήποτε έχει αρχίσει να εφαρμόζεται ή πρόκειται να εφαρμοσθεί τα αμέσως επόμενα χρόνια στον τομέα της συσκευασίας και της ετικέτας.  
 Οι νέες, έξυπνες, καινοτόμες συσκευασίες και ετικέτες παρουσιάστηκαν μέσω των ομιλητών Ελλήνων και ξένων.  
 Οι εξελίξεις τρέχουν, η αγορά τρέχει από πίσω τους.





Giorgos Triantafyllou και Aydin Okay



έξυπνες συσκευασίες οι οποίες σιγά σιγά καθιερώνονται προσφέρουν και άλλες μορφές επικοινωνίας, σε περισσότερες από μια αισθήσεις.

Οι έξυπνες συσκευασίες προσφέρουν μια καλύτερη διαχείριση στην εφοδιαστική αλυσίδα και έχουν βελτιώσει κατά πολύ την εξυπηρέτηση.

Και τέλος, αποτελούν μια ανεξάντλητη πηγή πληροφοριών μέσω των κινητών και αυτό θα δούμε σύντομα τα αμέσως επόμενα χρόνια.

Τις οκτώ ώρες τις οποίες διήρκεσε το Συμπόσιο προβλήθηκαν όλα αυτά όχι μόνο μέσω των ομιλητών αλλά και από τους χώρους επίδειξης των Χορηγών του Συμποσίου.

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους του ομιλητές οι οποίοι κατάφεραν μέσα σε λίγα λεπτά της ώρας να αναδείξουν τις μελλοντικές εξελίξεις στον κλάδο της συσκευασίας και ετικέτας.

Του Χορηγούς - εταιρείες, οι οποίες πίστεψαν και στήριξαν την όλη προσπάθεια: XEIKON, UNIMAG, UPM RAFLATAC, GS 1, BEL COMPUTER SYSTEMS για τον εξοπλισμό τον οποίο μας διέθεσε για να πραγματοποιήσουμε τον ζωντανό διαγωνισμό ετικέτας μεταξύ σπουδαστών και φοιτητών από τις σχολές ΑΚΤΟ, ΤΕΙ Κοζάνης και ΤΕΙ Αθήνας, την EPSON για τον εξοπλισμό καθώς και την εκτύπωση της ετικέτας του ζωντανού διαγωνισμού ετικέτας, την SAMSUNG για το βράβείο στον νικητή του διαγωνισμού, την εταιρεία ΚΑΜΠΑΣ ΑΕ, ΛΥΧΝΙΑ ΑΕ, ΑΤ PLUS, DK Consultants, PV Engineering, ROBOVISION, την έκθεση DRUPA, και τέλος την 3-PRINT και HP χορηγοί γέυματος οι οποίοι με την επιλογή της εταιρείας ΓΙΑΜ και προσωπικά της κας Αύρας Πανουσοπούλου πρόσφεραν ένα τέλειο, πλήρες μενού ελληνικών γεύσεων.

Επίσημος προσκεκλημένος ο κος Aydin Okay, πρόεδρος του Συνδέσμου Ετικετοπιτών Τουρκίας. Πολλές ευχαριστιές και στον Παναγιώτη Μίλη, πολύτιμο συνεργάτη και εμπνευστή της διοργάνωσης του ζωντανού διαγωνισμού ετικέτας.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στους Συνδέσμους, Φορείς και χορηγούς επικοινωνίας οι οποίοι συνέβαλαν στην επιτυχία του Συμποσίου.

Η αποκτηθείσα εμπειρία όλων αυτών των χρόνων αντικατοπτρίζεται στη μελλοντική διοργάνωση με καλύτερα αποτελέσματα για όλους και κυρίως για τον κοινό μας στόχο, όπου είναι η περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου της συσκευασίας και ετικέτας.