

Digitális tartalomszolgáltató trendek 2013–2022

Eiler Emil

A digitális nyomtatóeljárások eddigi és várható fejlődésének menete. Smithers Pira tanulmányok. A felhasznált irodalmak elérhetősége a világhálón. A nyomtatott tartalom és közösségi médiák konvergenciája. Új digitális marketingmódszerek. A hiperpersonalizáció. Az esemény- és az online digitális adatmátrix-alapú marketing. Customization. Az online kiadás terjedése. Digitális jövőképek.

A digitális nyomtatás ma a nyomtatványpiac integrált része, a nyomdaipar által használt egyik kulcsfontosságú technológia. A digitális nyomtatás piaca, mint az élet minden más területe is – mondhatjuk, „digitális módon” – megváltozott, más lett, mint amilyen akár csak egy évvel ezelőtt is volt. A piacok és az eszközök konvergenciájára vonatkozó hosszú távú korábbi előrejelzések rendre most valósulnak meg.

A minőségi folyamatok gyorsabbak, átfogó terjedésük iránya is alaposan megváltozott. A robusztus termelő nyomógépeket azok kisebb verziói követik. Fokozódott a kisebb alapterületű és a változóadat-tartalmat nyomtató (VIP) gépek elfogadottsága. Ezek jobban igazodnak a ma jellemző kisebb példányszámokhoz és a gyorsan változó megrendelői igényekhez. Nőnek és egyre zsúfoltabbak a nyomtatványpiacok is. Annak ellenére, hogy a digitális eljárással készített nyomatok félesége (a megrendelt munkák darabszáma) az ofszetéhez viszonyítva jelentősen nő, az eljárással készült nyomatszám az összes nyomatmennyiségnek még mindig csak a 2,5–3%-a. A legnagyobb áttörés tehát e téren várható.

Cél, hogy az eljárás fokozott gazdaságosságát kihasználva, a termelés már az egyetlen nyomtatás és a legnagyobb példányszámok egyaránt gazdaságos előállítására képes digitális eljárásokkal történjék. Az újabb technológiák még fokozottabban komputeralapúak lesznek, és fokozatosan változtatják meg a meglévő képfeldolgozó, színkezelő rendszereket is. Az új technológiák, a

felhasználói követelményekre válaszként, új típusú termékek és szolgáltatások megjelenését teszik lehetővé.

A legnagyobb potenciállal e téren a nyomóforma nélküli, rövid gyártás-előkészítés idejű, nagy sebességű inkjet és elektro-fotografikus tekercsnyomó rendszerek rendelkeznek, de eredményes törekvések vannak az ívnyomó gépeken történő nyomtatás digitalizálása érdekében is (Fujifilm, HP, Screen, Delphax, Konica és Minolta stb.).

Cikkünk a digitális nyomtatóeljárásokkal kapcsolatos trendeket a külföldi szakirodalmak alapján foglalja össze.

A DIGITÁLIS GYÁRTÁSÚ NYOMDATERMÉKEK VILÁGPIACA

A nyomtatott termékek rendeltetése, funkciója alapján kategorizálva, a digitális termékpiac az alábbi szektorokból épül fel:

- ♦ a *csomagolóanyag*, címke- és termékdekoráció célú nyomtatványok piaca;
- ♦ a *profitorientált kiadás* termékei – az újságok, könyvek, magazinok, napilapok, hírlevelek és térképek piaca;
- ♦ a *promóciós rendeltetésű nyomdatermékek* – broszúrák, eladási/átadási/beszerezhetőségi/rendelkezési helyen kapható vagy eladott termékhez tartozó, azokhoz csatolt (*Point of Sale*) nyomatok, a postai úton terjesztett reklám (*Direct Mail, DM*), kézikönyv, használati utasítás, gépkönyv (*Manual*), árlisták, menük, árfolyam-tájékoztató (*quotation*) és/vagy adatlap (*Datasheet*) nyomdatermékek piaca;
- ♦ a *tranzakciós célú nyomatok* (*Transactional prints*): jegyek, közlemények, tanúsítványok (*Certificates*), szóló és hajtogatott úrlapok, levélpapír- és borítéktermékek, menük stb. piaci szektora.

Egyetlen olyan nyomattípus és ennek megfelelő piaci szektor létezik, amely a fentiek egyikebe

sem sorolható be: ez a *Digitális Diszpléj Nyomtatás*, amely bármikor, bármilyen nyomathordozóra, bármilyen időpontban és célból alkalmazható. Ebbe a következő nyomatok sorolhatóak be: reklám vagy reklám célú csomagolóanyag, csík- és szalaghirdetés (banner) – a weboldalon hosszú, keskeny sáv formájában.

Digitális és ofszetnyomtatási piaci trendek 2013–2018

A Smithers Pira elemzése szerint a digitális nyomtatvány piac a nyomatminőség megítélése tekintetében a jövőben fokozottabban a megrendelői igényekhez idomul. A 2013. évi forgalomhoz viszonyítva 7,4%-kal, 131,5 milliárd dollárról 187,7 dollárra nő. Ezen belül az inkjet eljárással készülő nyomatmennyiség növekménye a legnagyobb, globálisan a digitális termékek forgalma 68,1%-kal növekvő, az ofszet pedig 10,2%-kal csökkenő tendenciát mutat, de régió- és nyomtatványtípus-függő módon. A nyomóforma-készítés hiánya miatt a digitális termelékenység jelentősen nagyobb. (Forrás: *The Future of Offset vs Digital Printing to 2018*. <http://www.smiterspira.com/>)

A digitális termékek piaci megoszlása

A Canon Océ webinar Director Barbara Pelton előrejelzését a Pelton Predicts: 2013. *Top 10 Trends for Printing Industry* című írás tartalmazza. Az általa közölt *InfoTrends* című kutatási tanulmány szerint – az ofszeteljárás hátrányára, a digitális eljárás előnyére – a széles formátumú digitális színes nyomatok kiskereskedelmi forgalma az Egyesült Államokban 2011 és 2016 között a korábbi 29,6-ról évi 39 milliárd dollárra nő. Az új, korszerű inkjet eljárások nagyobb nyomtatási sebességet, jobb minőséget, szélesebb nyomathordozó-választékot biztosítva, versenyképebb áron növelik a könyv, a postai kézbesítésű reklám (Direct Mail, DM), a transpromo és a brosúranyomatok piaci részvételi arányát. A jelenleginél jobb nyomatminőséget biztosító, me-revséggel, méretállósággal és egyéb fontos használati jellemzőkkel bíró olcsóbb természetes és műanyag alapú, fényképminőségű nyomatok, az adott időpontban éppen szükséges mennyiségű (Print On Demand, POD) termékek gyártásához az ellátólánc gazdaságosabb kihasználását biztosító nyomathordozók beszerezhetőek, de áraik a következő években várhatóan jelentősen nőnek.

Az ofszet- és a digitális eljárással gyártott nyomdatermékek átlagos világpiacon áráinak alakulása 2018-ig

Egy Smithers Pira-tanulmány szerint az ezer darab A4 méretű ofszetnyomtatású termékek átlagára 11,43 \$-ról 2018-ig bezárólag 10,16 \$-ra csökken. Ugyanezen termékek ára digitális előállítás esetén 92,48 \$-ról várhatóan 119,53 \$-ra emelkedik. Ez a jelenség a nyomtatott termékek érték-növelő technológiák alkalmazásából eredő különböző használati értékeit fejezi ki.

A VILÁGPIACI FOLYAMATOKAT BEFOLYÁSOLÓ TRENDEK 2013–2020

Új digitális marketing módszerek

- ♦ **A online digitális adatmátrix kód alapú marketing.** A digitális nyomtatás és a közösségi portálok közeledésének (konvergenciájának) jó példája a vonalkódok vagy még inkább az ismert négyzet alakú *adatmátrix kód* felhasználása marketingcélokra. Mint ismeretes, a megfelelő szoftverrel ellátott okostelefonok – például az adatmátrix kód (DataMatrix Code) alkalmazása esetén – a termékazonosság dokumentálásán kívül, online marketingre is felhasználhatóak. Jó példa az olyan utcai plakát vagy magazin, amelynek nyomtatott adatmátrix kódja egy meghirdetett kulturális program reklámozása esetén a szereplők felsorolásán kívül az adatmátrix kódra irányított okostelefon objektívja segítségével akár mozgó, színpadi és zenei részleteket is közvetíthet a felhasználó részére.
- ♦ **Az internetes hálózatról történő (Web to Print, WtP) nyomtatás** korábbinál szélesebb körű alkalmazása várható. Csökkenti a szállítási költségeket, gyorsítja és olcsóbbá teszi a megrendelések *Print on Demand* teljesíthetőségét. Ez a megoldás olcsóbbá és gyorsabbá teszi a *nyomtatott* oktatási, szórakoztató és motiváló *tartalomértékesítést*. (*Content Marketing, Content Sales*)
- ♦ **A hiperpersonalizáció (Hyper Personalization).** A digitális nyomtatás egyes változataival megvalósítható marketingtechnika, amely a felhasználók érdeklődési területeinek statisztikus felmérésével és a változási folyamatok elemzésével teszi lehetővé a felhasználók célzottabb, szelektívebb, hatékonyabb elérhetőségét.
- ♦ **Az eseményalapú marketing (Trigger-Based Marketing).** A felhasználót célzottan elérő, két-

oldalú mobiltelefonos, kommunális portál alapú kommunikációt biztosító marketingtechnika a felhasználó körülményeiben, érdeklődési körében bekövetkezett jelentős változások valósidejű elemzésén alapuló eljárás.

- ♦ **Customization.** A nyomtatandó termék tervezését alapvetően befolyásoló igényváltozás, hogy a késznyomat minőségének megítélése az eddigiektől eltérően nem elsősorban az eredeti és a rendelkezésre álló technikai lehetőség, hanem mindenkor a megrendelői igény és elégedettség alapján történjen. A piacokon megjelenő digitális nyomatnak tehát karakteresnek, mindenkor a kívánalmaknak megfelelően *megrendelőjellegzetesnek, márkaspecifikusnak*, a megrendelő által egyedivé formáltnak (angolul *customized*) és az eddigiéknél fokozottabban megszemélyesítettnek (*Hyper Personalized*) kell lennie.
- ♦ **Terjed a háromdimenziós (térhatású, 3D) technika alkalmazása.** A szemléléskor speciális komplementer színű szemüveget igénylő eljárás mellett terjed a fémfóliával kasírozott alufóliák hologram nyomóformával történő közvetlen nyomtatása is.
- ♦ **Új, nanoalapú digitális médiahordozók megjelenése.** A nyomdaipar számára a papír, karton, hullámkarton és a nem papíralapú (műanyag lap és fólia, celofán, bőr-, üveg-, kerámia-, gumi-, textil-, fa-, fém-, szilárd élelmiszer-felületek és egyéb) nyomathordozók léte már régóta megszokott eszköz. A címke- és csomagolóanyag-gyártó iparok most új, korábban soha nem ismert anyagcsoporttal: a nanoanyagokkal ismerkednek. A nanotechnológia nemrég jelent meg a piacon, és máris az életünk minden területén ott található, óriási piaci lehetőségeket biztosítva a digitális nyomtatás számára.
- ♦ **Az online kiadás széles körű terjedése.** A világválság és a vállalatcsődök által kikényszerített megoldás. Az általa képviselt előnyök miatt azonban ezektől függetlenül is széleskörűen terjed, mert olcsóbb, gyorsabb, környezetkímélőbb, a választható nyelv révén széles körű világpiacon értékesíthetőségi lehetőséget biztosít.
- ♦ **Az online terjesztésű reklám, a közösségi médiák és nyomtatott tartalmak konvergenciája (Direct Mail and Social Media Convergence).** 2013 a közösségi médiák terjedésének az éve volt, a tendencia pedig tovább folytatódik. A marketingesek 93%-a már üzleti célra használja a közösségi médiát, miközben az új hálózatok – így

a *Pinterest*, a *Vine* és az *Instagram* – népszerűsége egyre nő és alkalmazásuk a mindennapok részévé vált. E különleges, hiánypótlónak számító módszerek alkalmazása a gyártó–fogyasztói kétoldalú (B2B) kapcsolatokban és a márkaépítésben is rohamosan tovább terjed.

A piaci folyamatok befolyásolási módjai:

- ♦ általános követelménnyé válik a nyomtatási idő csökkentése, a gazdaságos gyártás és a magas színvonalú, értéknovelt termékek gyártása; továbbá
- ♦ követelmény lesz az is, hogy a nyomat a megrendelői igényekhez alkalmazkodó, egyedivé formált és megszemélyesített (*personalized*) legyen. Fontossá válik még, hogy a piacokon megjelenő digitális nyomatnak (az előállítás és felhasználás módjától függően) karakteresnek, jellegzetesnek kell lennie.

AJÁNLOTT LINKEK

- ♦ **2013 Top 10 Trends for the Printing Industry.** (Canon Océ webinar, Director Barbara Pellow előrejelzései 2013 végén) <http://thedigitalnirvana.com/2013/02/pellow-predicts-2013-top-10-trends-for-the-printing-industry>
- ♦ **The Future of Offset vs Digital Printing to 2018.** <https://www.smitherspira.com/market-reports/printing/offset-digital-printing-industry-trends.aspx>

PNYME VÁNDORGYŰLÉS/ PAPÍRFELDOLGOZÓ NAPOK

Helyszín: Győr + Sárovar

Dátum: 2014. június 19–20.

További részletek és jelentkezés:

<http://www.pny.me.hu/esemenynaptar.php?act=esemeny&eid=878>

