

## «Печать на воде – наш ответ «Прожекторперисхилтон»

### Название проекта:

PR-кампания: «Печать на воде – наш ответ «Прожекторперисхилтон».

### Автор:

Специалист по связям с общественностью Инновационной Компании САН  
Петраш Анна Владимировна

### Заказчик:

Инновационная Компания САН (проектная компания РОСНАНО) – единственный в России разработчик и производитель высокотехнологичного печатного оборудования (УФ-принтеры NEO UV-LED Evolution) и наночернил (SunflowerNANOINK).

### Сроки проведения кампании:

PR-кампания проводилась в период с 29 ноября – 20 декабря на территории РФ, СНГ и стран ближнего и дальнего зарубежья с 20 января стартует повторный блок PR-кампании на территории стран Европы и Азии (перерыв связан с рождественскими и новогодними праздниками).

### Проблематика

Развитие нанотехнологий в России в последнее время не воспринимается всерьез, не рассматривается большинством людей в качестве реальных научных достижений имеющих прикладной характер.

Формальным поводом для разработки и реализации стратегии PR-кампании «Печать на воде – наш ответ «Прожекторперисхилтон» послужили шутки российских телезвезд о результатах работы нанотехнологов.

В развлекательной программе «Прожекторперисхилтон» от 18 сентября 2010 года телеведущие Сергей Светлаков, Гарик Мартиросян, Иван Ургант и Александр Цекало обсуждали газетную статью о презентации достижений наноиндустрии премьер-министру России Владимиру Путину: *«Анатолий Чубайс отчитался перед премьер-министром об эффективности трехлетней работы госкорпорации Роснано. ... премьеру показали «нанопринтер с наночернилами, который может печатать на невозможных поверхностях».*

*«Это поверхности, которых не существует», — считает Ургант. А Александр Цекало предполагает, что теперь можно будет писать на воде, как раньше вилами. Ведущие находят область применения принтера: «В реку не входить!», «В бассейн не писать!» (цитата с сайта Ивана Урганта <http://ivanurgant.com/2010/09/23/prozhektorperishilton-vyipusk-ot-18-sentyabrya/>)*

Шутки ведущих развлекательного телешоу послужили поводом разработки технологии печати на воде, переосмысления маркетинговой стратегии продвижения принтеров NEO UV-LED Evolution (ранее принтеры позиционировались на рынке как печатающие на «всевозможных

поверхностях, за исключением, пожалуй, воды») и новой PR-стратегии Компании. Специалистами САН путем лабораторных разработок и опытного тестирования был подобран режим печати на жидкой поверхности. Печатники смогли нанести изображение на воду, налитую в блюдце. Уникальная технология печати на воде была продемонстрирована широкому кругу специалистов печатной отрасли на 12-ой Международной выставке наружной рекламы "SIGN Istanbul" в Турции, где Инновационная Компания САН представляла технические возможности принтеров NEO UV-LED Evolution и наночернил SunflowerNANOINK.

Основной задачей PR-кампании была необходимость привлечь внимание к современным научным технологиям, к реализации общероссийских программ по развитию nanoиндустрии, а также подогреть интерес конечных покупателей продукции Инновационной Компании САН в России и за рубежом.

### **Целевая аудитория**

**Целевая группа:** широкие слои населения.

#### **Приоритетные группы:**

- 1). Специалисты области печати, химии и физики;
- 2). Школьники и студенты, ориентированные на продолжение образования по техническим специальностям;
- 3). Представители общероссийских и зарубежных СМИ;
- 4). Потенциальные покупатели продукции, партнеры Компании САН.

### **Цели и задачи**

#### **Цель PR-кампании:**

- продемонстрировать широкому кругу людей возможности современной техники и результаты химических разработок российских (новосибирских) специалистов;
- повысить лояльность населения к работе проектных компаний РОСНАНО;
- «подогреть» интерес потенциальных клиентов Инновационной Компании САН к продукции компании (принтер NEO UV-LED Evolution и наночернила SunflowerNANOINK).

#### **Задачи PR-кампании:**

- 1) проинформировать широкие слои населения о новой технологии печати на воде;
- 2) активно вовлечь представителей СМИ в обсуждение вопросов развития нанотехнологий в России;
- 3) повысить уровень интереса специализированных СМИ (издания о нанотехнологиях, отраслевые издания по печатному оборудованию и химии) к разработкам Инновационной Компании САН.

### **Коммуникативная стратегия**

- Доведение информации до широкого круга населения о новейших разработках российских специалистов.
- Активное вовлечение СМИ в процесс освещения разработок специалистов Компании на безвозмездной основе.

**Бюджет проекта:** проект некоммерческий, реализуемый посредством создания и размещения информации в теле- и радиоэфире, в печатных и интернет СМИ на безвозмездной основе.

### **Тактика, креативные решения**

#### **Использованные приемы и средства PR:**

- создание новостного повода для СМИ;
- публичная презентация инновационной технологии (на выставке в процессе работы стенда – для потенциальных клиентов; на предприятии по производству принтеров – для представителей СМИ);
- создание и демонстрация новостных сюжетов для показа по новостным программам на общероссийских телеканалах;
- создание видеороликов на русском и английском языках для размещения в Internet.

#### **Практические действия:**

**На предварительном этапе – подготовка теоретической и практической базы для проведения эксперимента:**

- Специалистами САН были проведены тестовые работы по печати на воде, опытным путём подобран оптимальный режим печати на жидкой поверхности;
- На международной отраслевой выставке по рекламным технологиям "SIGN Istanbul" в Турции, где Инновационная Компания САН представляла технические возможности принтеров и наночернил собственного производства, была проведена публичная презентация технологии печати на воде для посетителей выставки.

#### **Первый этап – создание информационного повода**

**Стартовым мероприятием PR-кампании является подготовка релиза «Печать на воде – наш ответ «Прожекторперисхилтон» и рассылка по базе контактов новосибирских, общероссийских и зарубежных СМИ (для иностранных изданий упоминание популярного российского теле-шоу было не актуально, поэтому акцент был сделан только на новой технологии: «We did it! Printing on water – now it is possible!»). Релиз получил моментальный отклик, вызвав, тем самым, общественный резонанс**

Также на стартовом этапе кампании на интернет-адрес Ивана Урганта было направлено письмо с информацией о возможности печати на воде и благодарностью за подаренную идею. Иван Ургант ответил новосибирским разработчикам комментарием в статье газеты «ТЕЛЕсемь».

#### **Второй этап – «Печать на воде – уникальная технология!»**

Рассылка пресс-релиза вызвала цепную реакцию вопросов об уникальной технологии печати на воде, о технических разработках новосибирских специалистов Инновационной Компании САН и о перспективах применения данной технологии.

Основной круг работ был таков:

- ответы на запросы представителей СМИ;
- по запросам журналистов были разосланы дополнительные фотографии процесса и результата печати;
- на все поступающие дополнительные вопросы были подготовлены официальные комментарии разработчиков и технических специалистов;
- специально для представителей СМИ на территории производственного цеха Инновационной Компании САН была проведена демонстрация процесса печати на воде. Реализация теоретических предположений и идей в обычных условиях работы высокотехнологичного печатного оборудования в реальном времени. Таким образом, даже скептически настроенные журналисты могли собственными глазами увидеть, что «печать на воде» - это не рекламный трюк, а реально существующая работающая технология, легкая шутка, ставшая реальностью благодаря нанотехнологиям;

### **Третий этап – «Ответ «Прожекторперисхилтон»**

Публикация релиза *«Печать на воде – наш ответ «Прожекторперисхилтон»* не осталась без внимания ведущих программы «Прожекторперисхилтон».

4 декабря в эфире теле-шоу Иван Ургант вновь поднял вопрос о разработках новосибирских специалистов-нанотехнологов (см. фрагмент программы по ссылке в интернете: <http://www.youtube.com/watch?v=d37kFUf4K7s&feature=related>). Таким образом, информационный повод приобрел кольцевую композицию: шуточная идея в прямом эфире Первого канала - разработка - новая технология – презентация достижения - информационный бум – ответ телеведущих разработчикам в эфире Первого канала.

### **Результаты проекта**

Благодаря сочетанию уникальной разработки и удачного слогана PR-кампании, наблюдается взрывной рост общественного интереса как к Инновационной Компании САН, так и нанотехнологиям в целом.

- Информационный бум (в течение только первых трех дней было зафиксировано рекордное для сугубо научных новостей копирование информации о Компании в российских электронных СМИ) вызвал значительный рост количества запросов информации о Компании САН в сети Internet;
- Заметный рост интереса со стороны общероссийских телекомпаний к деятельности САН.

- После череды телевизионных сюжетов в новостных программах федерального уровня - ВЕСТИ-24 (РОССИЯ), ВЕСТИ-Сибирь (СФО), ГТРК-Новосибирск (НСО), «Пятый канал» (Россия, Санкт-Петербург), «ТВЦ» (Россия, Москва), ряда публикаций не только на информационных лентах (РИАновости, news.mail.ru) специализированных научных СМИ (Rusnanonet, Nanonewsnet, 3Dnews, Poligrafika, Pechatnik и др.), но и в популярных развлекательных изданиях («Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «ТЕЛЕсемь» и др.) – возросла узнаваемость Компании САН и продукции САН на российском рынке.

- Технология печати на воде за декабрь 2010 года стала визитной карточкой Инновационной Компании САН во время презентаций принтера NEO UV-LED на международных отраслевых выставках: «SIGN Istanbul» Стамбул, Турция; «Signage Imaging Media» Абу Даби, ОАЭ; «Vietnam EXPO» Хошимин, Вьетнам; «Glass, Window & Door» Сеул, Корея; «ZAK Glasstech» Дели, Индия; «Design Korea» Сеул, Корея «Нанотехнологии» Казань, Россия.

- Новосибирские химики разработчики наночернил SunflowerNANOINK получили приглашение на научную конференцию **20<sup>th</sup> Annual Ink Jet Printing Conference**, которая будет проходить в феврале 2011 года в Лос-Анджелесе (США) .

- Некоторые зарубежные интернет-издания, такие как SignAfrica и PFFC – уже опубликовали информацию о новосибирской разработке.

- В январе и феврале готовится к выходу ряд публикаций в зарубежных отраслевых печатных изданиях (Польша, Австралия, ОАЭ, Египет, ЮАР и др).

- Наглядный пример печати на воде – аквариум с водой, запечатанный наночернилами на принтере NEO UV-LED Evolution – стал одним из самых оригинальных экспонатов научно-популярной выставки «Смотрите – это НАНО», организованной госкорпорацией РОСНАНО в Политехническом музее в Москве.