

Укрпластик — мастер допечатной подготовки

А.М. Козик, к.т.н., ПАО «Укрпластик», г. Киев

В общем ракурсе процесс допечатной подготовки является неким чародейством, при котором люди, в нем занятые, пытаются, пользуясь средствами полиграфии и цифровых технологий, имитировать реальный мир в вещественной форме, зачастую имея в своем распоряжении не вещественную форму в виде цифровой информации.

Арсений Гедеванишвили

«Краткое пособие для инженеров препресс и дизайнеров»

Вопрос о том, как сохранить продукцию для питания и бытовых целей, стоял перед человеком на протяжении всего времени его существования. Первый ответ на этот вопрос появился 6 тыс. лет назад, когда плетеные корзины для хранения жидкости начали смазывать глиной. Тогда же возникла необходимость обозначать каждую жидкость отдельными символами. Впоследствии символы переродились в названия. Как известно, эта идея дожила до наших дней, не изменив ни одной из основных функций упаковки. Изменялись лишь ее информационная наполненность, свойства.

Производители упаковки внимательно отслеживают тенденции изменений потребительских свойств упаковки на рынке и соответственно этому поддерживают уровень своего производства. В ответ на это производители промышленных товаров и пищевых продуктов, создавая рекламу собственного производства, используют высококачественную полиграфию как возможность защитить оригинальность своей продукции. Примером может служить расследование подделки порошка «Ариэль». Только благодаря качественной полиграфии оригинальный продукт был отделен от контрафакта.

На рынке упаковки присутствует большое количество игроков, предлагающих полиграфические услуги. Однако компании, гарантирующие качество упаковки, в первую очередь своей полиграфией, представлены на рынке не в столь большом числе. Одним из таких примеров может служить компания «Укрпластик».

Укрпластик относится к тем игрокам, которые своими средствами ограждают упаковку от подделки. Имея в собственном арсенале методы защиты товарного бренда, Укрпластик обеспечивает защиту от подделки уже на стадии подготовки упаковки к печати.

Для обеспечения высококачественной флексографской печати электронные файлы подготавливаются из расчета высокой разрешающей способности техники, производящей печатные формы. Для обеспечения неповторимости глубокой печати применяется специальный алгоритм растривания электронных файлов в виде стохастических растров.

Для поддержания стабильности допечатной подготовки Укрпластик имеет свою дизайн-студию. Благодаря этому уже на стадии подготовки сюже-

та технологи закладывают параметры, при которых в дальнейшем обеспечивается возможность внесения того или иного защитного элемента. Электронные версии проходят тщательный анализ на соответствие предложенного сюжета возможностям того или иного вида печати, вносят надлежащие правки, позволяющие в дальнейшем добиться стабильности при печати многократных тиражей. В арсенал таких возможностей компании входит: использование элементов микротекста, секретных кодов;

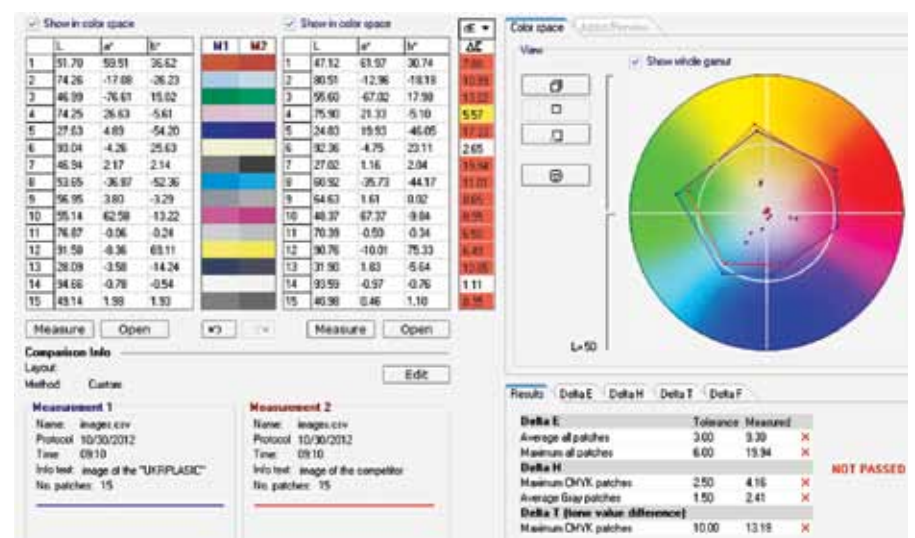


Рисунок. Сравнение зон цветового охвата работ, выполненных различными методами допечатной подготовки



Упаковка для чая



Упаковка для кофе «Арабика 2 в 1»



Упаковка для новогоднего подарка «Братец Снеговик»

высокая линейатура раstra; двухсторонняя печать; совмещение ротопечати и флексографской печати; нанесение «холодного» клея, обеспечивающего сварочный шов без нагрева электродов; покрытие матовым лаком и многое другое. Все это требует особого внимания при проведении подготовки работ к печати.

Имея уже накопленный за многие годы опыт, специалисты Укрпластика используют его при подготовке файлов к печати. Как результат, технологические особенности, присущие именно печатной продукции компании «Укрпластик», можно видеть на готовой упаковке. Укрпластик своим именем гарантирует соблюдение авторских прав клиента, качество фотоматериалов, применяемых для подготовки дизайна, высокий уровень доредакционной подготовки и качество полиграфии. Учитывая это, ссылку на изготовителя упаковки можно считать одним из факторов защиты бренда производителя продукции. Компания «Укрпластик» преднамеренно наносит текст упомянутой ссылки специальным образом, выдерживая минимально воспроизводимые размеры печатных линий, которые можно нанести, используя определенное высококачественное и совершенное оборудование. Двухсторонняя печать также оберегает производителя продукта от дешевой подделки, так как возможна только при определенных комбина-

циях печатного оборудования. Кроме этого в арсенале средств доредакционной подготовки компании имеются надежные средства защиты продукции от подделки в виде нанесения специального секретного кода.

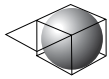
Примечательно и то, что упаковка Укрпластика благодаря применению высоких технологий, дорогостоящих программных продуктов, высокой квалификации печатников и специалистов доредакционной подготовки имеет цветовой охват выше, чем упаковка, подготовленная традиционными методами. Лабораторные замеры зон цветового охвата между идентичными упаковками, представленными на рынке, показаны на рисунке. Можно заметить, что в тех частях цветового пространства, которые повышают контрастность, упаковка Укрпластика имеет больший цветовой охват. Все это дает возможность представить продукт в наилучшем изображении, использовать слайды наивысшего разрешения. В результате широкого диапазона между глубокими тенями и светлыми тонами достигается высокая контрастность сюжета. Таким образом, в случае производства продукции в картонной коробке, жестяной банке клиент, обратившись в Укрпластик, может надеяться, что при расширении своего ассортимента за счет использования полимерной упаковки он получит возможность достигнуть высокого качества оформ-

ления упаковки. Флексографская печать Укрпластика по своему качеству не уступает ротопечати на жестяных банках, а глубокая печать — офсетной печати на картонных коробках.

Высокое качество воспроизведения сюжета не может не заметить как специалист-полиграфист, так и рядовой покупатель. Именно этим вызван тот факт, что, участвуя в международных конкурсах, компания часто занимает призовые места. Это дает возможность по части качества печати рассматривать Укрпластик как реального конкурента для ведущих полиграфических компаний Европы.

При подготовке дизайна упаковки специалисты Укрпластика принимают во внимание комплекс всех факторов, технологический опыт и маркетинговые требования к продукту. Как иллюстрацию печатного анализа рассмотрим некоторые типовые упаковки.

Упаковка для мороженого. Учитывая целевую аудиторию — а это дети, дизайнер должен применить в сюжете яркие цвета, привлекающие потребителей этого сегмента. При этом нужно помнить, что продукт находится в холодильниках и воспринимается через закрытую витрину. Следовательно, основная информация в виде сюжета размещается на лицевой стороне упаковки. На современном рынке наблюдается тенденция удорожания некоторых видов мороженого. Вместе



Упаковка для чая «Тянь-Шань»

с этим меняется и целевая аудитория его потребления — от детей к взрослым. Дизайнер в каждом конкретном случае должен понимать: если целевая аудитория — взрослые, то на упаковке, скорее всего, нужно изображать продукт в его наилучшем виде, а если речь идет о детях, можно остановиться на анимационных персонажах.

Упаковка для кофе. В данном случае производитель продукта рассчитывает на взрослую целевую аудиторию. Упаковка должна отражать предпочтения именно этого сегмента рынка. От дизайнера требуется создание сдержанного изысканного сюжета, подчеркивающего богатый вкус кофе. Если речь идет о растворимом напитке, целевая аудитория включает больше молодежи и студентов, что находит свое отражение в сюжете, создаваемом для продвижения продукта на рынке.

Упаковка для парфюмерии. Обозначенные в этой категории товары расчитаны на самую требовательную аудиторию — в первую очередь на женщин. Понимая это, дизайнер должен создать легкий изысканный сюжет в пастельных тонах, характеризующий нежность упакованного продукта.

Можно охарактеризовать еще много упаковок, но основное, что необходимо донести до дизайнера, — это то, кем и как будет использоваться данный продукт и какие свойства ему присущи. Уже многие годы являясь крупнейшим поставщиком упаковки, Укр-

пластик имеет большой опыт работы с различными продуктами. В большинстве случаев дизайнеры компании могут заранее гарантировать клиенту высокий результат, зная свойства упаковываемого продукта и его целевую аудиторию. Имея опыт работы в команде, дизайнеры компании в сотрудничестве с технологами допечатного процесса создают сюжет, одновременно удовлетворяющий потребности рынка и с технологической точки зрения рассчитанный на тот или иной вид печати.

Важно и то, что существует так называемая мода на упаковку. С развитием общества сюжет, располагаемый на упаковке, претерпевает определенные изменения. Появляются новые возможности, меняются темы, требования, предпочтения покупателей. Не стоит забывать и о стандартах существующего законодательства. Таким образом, в каждом регионе, будь то Америка, Европа, Азия, существуют определенные предпочтения рынка, связанные с традициями и ментальностью населения.

Отдельное место в упаковочной индустрии занимает азиатский дизайн, особенно японский. Дизайнеры Азии отдают предпочтение пастельным тонам, легким, воздушным сюжетам. Японский дизайн очень оригинален. С одной стороны, это простота и минимализм в упаковке, а с другой — использование старинных методик

оригами, фурушики и традиционных упаковочных материалов — соломы, шелка и бамбука.

Аналогично можно дать определенную характеристику и американской упаковке — как упаковке, пропагандирующей воплощение «американской мечты», и итальянской — как обладательнице самых модных тенденций, и английской — как той, что почитает пуританские традиции. Именно Англия впервые предложила применение матового лака как имитации бумаги, благодаря чему стала первооткрывателем нового направления в дизайне упаковки. Компания «Укрпластик» внимательно следит за тенденциями в моде на упаковку. Большая база образцов продукции европейских производителей дает возможность при создании упаковки ориентироваться на самые современные тренды в дизайне.

В чем же на самом деле особенность дизайна упаковки? Приступая к работе, дизайнер обязан помнить, что готовая упаковка должна донести до потребителя исчерпывающую информацию о товаре, находящемся внутри. Если, например, рассматривать упаковку для круп или макарон, то целесообразно наличие прозрачного окна. Благодаря такому элементу покупатель может увидеть продукт, определить его качество. Наличие прозрачного окна в упаковке такой продукции играет очень важную роль для добросовестных производителей в продвижении товара на рынке. Таким образом, дизайн упаковки должен быть не только эффектным, но и, в первую очередь, эффективным.

Также на упаковке обязательно должна быть информация о безопасности материала, из которого она сделана. Являясь одним из крупнейших производителей упаковки в Европе, Укрпластик гарантирует экологичность упаковки и безопасность продукта в нем практически своим именем. Упаковка, изготовленная компанией «Укрпластик», уже изначально является защищенной от подделки. Вооружившись лупой, производитель безошибочно может определить, какая упаковка перед ним — оригинальная или контрафакт. Это возможно благодаря особенностям расположения печатных точек при глубокой печати



и формы печатных точек при флексографской печати. А для покупателя основной гарантией качества служит идеально выполненная полиграфия. Ни для кого не секрет, что каждый дизайнер имеет свой стиль и свое видение будущего сюжета для упаковки, но то, что подкупает клиентов компании «Укрпластик», — это совершенная эксклюзивность. В каждом сюжете используются элементы, присущие только данному дизайну. В фотостудии проводится качественная съемка фруктов, овощей, супов, макарон,пельменей и других продуктов. При этом гарантировано то, что никакой из элементов сюжета для одного за-

казчика не попадет в сюжет другого клиента. Сегодня гибкая упаковка, претерпевая изменения не только в сюжете, но и в форме, вытесняет коробку и банку во многих сегментах рынка. В последние годы получает особенную популярность фигурный пакет, в который упаковываются дорогие продукты, в том числе и новогодние подарки. Кроме яркого и привлекательного дизайна Укрпластик имеет возможность создавать надежную практичную упаковку, размещая на фигурном пакете специальный полимерный замок «зиппер», позволяющий открывать и закрывать пакет, увеличивая срок хранения про-

дукции. Кроме упаковки для детских подарков широко применяются пакеты для чая, кофе, групповая упаковка конфет и многие другие виды. Следует отметить, что дизайн упаковки для чая «Тянь-Шань» занял призовое место на конкурсе Дизайна и рекламы в Днепропетровске. Можно еще много говорить о преимуществах работ команды дизайнеров компании «Укрпластик», но их главное достоинство — это отношение к клиенту. Квинтэссенция этих отношений заключается в следующем: «Заказчик всегда прав, но в интересах его бизнеса он должен прислушаться к мнению дизайнера». *Ж*

VII Науково-практична конференція

ПАКУВАЛЬНА ІНДУСТРІЯ

Травень
2013 р.

м. Алушта
Крим



Організатори:

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України



Генеральний спонсор: УКРПЛАСТИК

Інформаційний спонсор:

