



# Не для печати? \*

Специальные плёнки и ламинаты открывают новые перспективы для поставщиков печатных услуг. Можно даже не печатать...

Билл Шиффнер



Одна из самых примечательных тенденций последних лет в послепечатном сегменте — возрождение активного интереса к специализированным плёнкам и ламинатам. За последние полгода сразу несколько производителей представили широкий спектр новых текстурных ламинатов и цветного винила для торговли и оклейки транспорта. Многие разработки призваны повысить качество готовой печатной продукции.

«За последний год мы вывели на рынок множество новых материалов для ламинирования, плёнок для оклейки и текстурных, — рассказывает Пол Роба, технический директор направления полиграфических и светоотражающих материалов Avery Dennison по Северной Америке. — Эти решения для обработки и отделки призваны стать творческим инструментом для дизайнеров, способом привнести новые элементы в полиграфическую продукцию. Часть новинок была на SGIA Expo-2011 в Новом Орлеане (США): материалы с имитацией змеиной и страусовой кожи, структурой углекислого окна, эффектом шлифовки, геометрическими узорами, матированной, металлизированной отделкой и пр.»

## Возвращение текстурных ламинатов

Важным направлением 2012 г. остаются текстурные ламинаты. «Они помо-

гают выделить печатную продукцию на переполненном рынке, — уверена Мэри Энн Кусера, менеджер по маркетингу полиграфической продукции MACtac. — Маркетологу нужно, чтобы товар привлекал внимание потребителя, и неожиданные текстуры помогают добиться цели. Кроме того, с помощью тактильных ощущений текстурные ламинаты помогают зафиксировать торговую марку в памяти покупателя. А поставщики печатных услуг, уже достаточно искушённые в

способах повышения ценности своей продукции, используют ламинаты для защиты отпечатков и улучшения их визуальных характеристик».

На вопрос о росте интереса к этому сегменту Кусера замечает, что любая тенденция неоднозначна в точных сроках и причинах своего зарождения: «Уверена, что частично интерес обусловлен тенденциями в интерьерах — средневековый модерн тяготеет к текстурам дерева и кожи, напоминающим о домах наших предков, тогда как



Фото Camargo предоставлено Paradise Graphics (Цинциннати, США).

Использована плёнка Avery Dennison Supreme WrapSW900 Series Matte Black



Передняя часть — плёнка 3М 1080-CF12, задняя — 1J180Cv3-10 с нанесением печати. Комбинация из запечатанной плёнки и однотонного материала подчёркивает общий эффект и привлекает внимание



## « Наши

**Текстурный ламинат МАСтас**, помимо использования в стандартных рекламных конструкциях, становится популярен и на альтернативных рынках. Ряд компаний используют его для изготовления фотоальбомов и фотокниг. Это очень простой и быстрый способ в сочетании с натуральными материалами добиться хорошего визуального эффекта и повысить цену изделия. Не отстают и мебельщики. Сочетая со стандартным винилом под цифровую печать и покрывая отпечаток текстурным ламинатом, некоторые производители быстро подбирают необходимую цветовую гамму и текстуру мебели. Вариантов множество: от стандартной, имитирующей волокно деревьев хвойных пород, до неординарных, например Peach Skin, позволяющей получить структуру кожи персика. Интересно, что ламинирующее оборудование позволяет наносить текстурные ламинаты непосредственно на ДСП и получать готовое изделие в стандартных мебельных цветах, но с новой текстурой.

На рекламном рынке подобные материалы позволяют выгодно выделяться на фоне конкурентов, предлагая заказчикам новые решения в производстве рекламных конструкций и торгового оборудования. Несмотря на увеличение стоимости изделия, перспективы отличные — это не тиражный продукт, а материал для новых решений и эксклюзивных разработок на рекламном рынке.

\* \* \*

В апреле 2012 г. ЛРТ начинает складскую программу «Supreme Wrapping Film» по специализированному винилу Avery для автостайлинга. Почему выбор пал именно на эту линейку? Всё просто: для формирования комплексного предложения по автомобильным плёнкам не хватало именно качественного литого винила с хорошим клеевым слоем, который позволяет производить полную оклейку автомобиля даже малоопытным монтажникам. Продукт конкурентоспособный: 33 стандартных цвета (глянец, мат, металлик); возможность заказа корпоративного цвета; очень мягкий многослойный литой винил со сроком службы до 10-ти лет позволяет работать практически с любыми геометрическими формами. В Европе его называют Second Skin — «вторая кожа». Зачем красить, когда можно оклеить — это девиз, под которым Avery выводит продукт на рынок.

ЛРТ и Avery — давние партнёры на российском рынке. Хорошие отношения позволяют проводить совместные мероприятия по запуску новых продуктов на рынок и формировать конкурентную ценовую политику, избегая демпинга и ценовых уловок. — **Александр Прудников**, руководитель отдела продаж расходных материалов ЛРТ

углеволокно и металл привносят современные техномотивы. Кроме того, клиентам нужно выделять свою продукцию. Мне кажется, современные материалы гораздо интереснее предшественников. Выросло качество винила (теперь он прозрачнее, прочнее и долговечнее), гораздо более выраженными стали текстуры. При этом принципы работы остались теми же, что и для стандартных ламинатов: их так же просто наносить; не изменилось и оборудование».

### Новое в отделке

По словам Робы, «у потребителя появился новый способ сделать свой автомобиль индивидуальным. Новые плёнки выделяют его среди массы традиционных заводских красок. Спецэффекты дают впечатляющий результат — машина предстанет перед клиентом в совершенно новом свете».

На выставке новые непрозрачные материалы с различными оттенками и текстурами Avery Dennison продемонстрировала на примере автомобилей, но сфера их применения в торговле и архитектуре практически не ограничена: «Дизайнер может добавить к своей

концепции недорогие в исполнении спецэффекты, внести в конструкцию для торговой точки элементы с имитацией крокодиловой кожи, подчеркнуть натуральные материалы новых кошелев, ремней, обуви. Разнообразие геометрических текстур добавит изображению тактильной глубины — для оригинальных рекламных компаний и торговых стендов с большим сроком службы».

Чтобы выделить свою продукцию с помощью ламинатов и плёнок со спецэффектами, дизайнерам и производителям упаковки стоит руководствоваться чувством меры и стиля, считает Роба: «В больших количествах такие материалы будут довлеть над остальной композицией, а вот отдельные элементы удачно подчеркнут особенности дизайна».

### Больше вариантов для оклейки автомобилей

Благодаря новым цветовым вариантам плёнок, компании могут выполнять индивидуальные заказы по «покраске» машин без печати и даже без разработки дизайна. Новые материалы — не замена печати по плён-

кам. Скорее, они выгодно подчеркнут определённые фрагменты (колпаки, зеркала, бамперы) или даже станут самостоятельными графическими элементами.

«Новые текстурные плёнки — это графика для POP-изделий с акцентом на отдельные элементы, высококачественная плоттерная порезка изделий из винила, частичная оклейка машин, придающая им индивидуальность, — рассказывает Джейсон Ярд, обучающий специалист МАСтас по продуктам для полиграфии и торговли. — На вертикальных рынках оформления автомобилей набирает популярность оклейка “под краску”. Плёнка дешевле, удаляется без остатка, а широкий ассортимент отделок даёт больше шансов для самовыражения».

Осенью прошлого года МАСтас представила серию плёнок для тюнинга: матовые чёрная и белая разновидности и пять углеволокнистых вариантов в чёрном, белом, серебристом, золотом и сером цветах. «В 2012 г. к линейке добавились “чёрная кожа”, “серебристая луна” и три перламутровые плёнки. Основная сфера их применения — отделка автомобилей: наружная (колпаки и спойлеры) и внутренняя (приборные доски), а также сегмент потребительской электроники — ноутбуки, игровые приставки, мобильные телефоны», — добавляет Ярд.

Он уверен, что компании, предлагающие традиционные плёнки для рекламы, с удовольствием дополнят свой ассортимент такими узкоспециализированными разновидностями: «Любители тюнинга и автомобилей в курсе модных тенденций оклейки и будут интересоваться плёнками у поставщиков. Предлагая продукт более высокого уровня, компании закрепляют за собой репутацию проверенного поставщика “особых” решений. Стандартную плоттерную порезку винила и баннерную печать предлагают все, а вот творческий подход и уникальный ассортимент плёнок обязательно привлекут покупателей».

### Дополнительные сервисы

В расширении возможностей магазинов с новыми плёнками уверен и Дуг Блэквелл, менеджер по развитию бизнеса 3M Commercial Graphics: «Дополняя ассортимент предложений, вы будете оставаться в русле актуальных



тенденций и даже их опережать. Главное, мыслить нестандартно: поняв, как новые продукты подчеркнут отличия от конкурентов, выгодно подайте их клиентам, даже если они не задумывались о вариантах с плёнкой».

Блэквелл считает плёнки привлекательным по цене вариантом для оформления автопарков — традиционный пассажирский транспорт, развозные фургоны, трейлеры. «Наносить на них сложный дизайн красками очень дорого, а результат не всегда предсказуем. Ещё один фактор — большие затраты времени с простом машин. При этом под оклейку транспорт можно отдать в удобное время, а сам процесс редко занимает больше дня. Многие клиенты выбирают плёнки, чтобы быстро менять оформление. Особо предприимчивые разрабатывают с дизайнером макет, одна часть которого остаётся постоянной (например, логотип компании), а вторая время от времени заменяется».

### Без дополнительного ламинирования

Ещё одно весомое достоинство заменяющих покраску плёнок — прозрачный защитный слой поверх отделки. Соответственно, в дополнительном ламинировании они не нуждаются. «Цвета подбираются под заказ, и можно сэкономить на цифровой печати, включив их в дизайн», — поясняет Роба.

Заменяющие окраску плёнки предлагают клиентам и компаниям поистине уникальные преимущества: «В любой момент владелец без особых затрат меняет цвет машины и её внешний вид. Причём новый будет нестандартным, а детали машины получат дополнительную защиту от внешних воздействий в виде слоя плёнки. Для корпоративных заказчиков это перспектива оформления транспорта в собственном стиле. Кроме того, плёнка защищает оригинальную окраску машины, а значит, отслуживший свой транспорт продадут дороже».

Итак, одно из преимуществ оклейки машин вместо окраски — более высокая стоимость автомобиля при перепродаже благодаря сохранности оригинальной отделки. Оклеивка плёнкой, как правило, дешевле окраски, предполагает пониженные выбросы летучих органических соединений и поставку корпоративных цветов малыми парти-



Стойка в магазине Nike выполнена с использованием плёнок Avery 900 Ultimate Cast и наружных ламинатов DOL

## Наши

Для ЛРТ как одного из основных поставщиков экологичного латексного оборудования на российский рынок очень важно иметь в своём ассортименте сопутствующие расходные материалы для удовлетворения потребностей в абсолютно «зелёной» печати. Поэтому продукты MACtac серии Walldesco тоже нашли своё место на складе компании. Самоклеящееся покрытие для стен отлично подходит для струйных латексной и УФ-печати. Deco Texture — текстурная бумага с повышенной устойчивостью к разрыву. Deco Satin — 100% полиэфирный самоклеющийся текстиль, который выгодно выделяется благородной фактурой на фоне остальных решений для декора. С обоими материалами просто работать: лёгкий монтаж встык и внахлест, небольшой вес и удобный размер. Материал наносится даже на подготовленное обычной грунтовкой штукатурное покрытие.

\*\*\*

Уникальный материал компании Asphalt Art представлен в России не первый год. Благодаря своим свойствам, недешёвый материал нашёл немало потребителей. Линейка продуктов Asphalt Art для напольной и асфальтовой графики удовлетворит практически любые требования потребителей — аналогов у неё нет.



Один из ярких примеров — реклама на асфальте была выполнена рекламным агентством в июле 2011 г. Апликация находится по пути от МИСИС к ЦДХ. В апреле 2012 г. я проходил по этой дороге, направляясь на выставку «ДиР». Наклейка всё ещё лежит! Конечно, не в первоизданном виде, но изображение читаемо, а контурная резка цела. С уверенностью заявляю: ни один материал не позволит реализовывать долгосрочные проекты на асфальте в таком же качестве, как плёнки Asphalt Art. — Александр Прудников, руководитель отдела продаж расходных материалов ЛРТ

ями (от пяти рулонов по 50 м) с подбором оттенков.

«Заменяющие окраску плёнки упрощают обновление, переоформление и отделку в любых сегментах — машины, плавсредства, здания, торговые конструкции, транспорт. Возможны отгрузки минимальных партий и спецэффекты», — добавляет Роба.

### Интерьерная отделка

Оформлять машины теперь можно не только снаружи, но и изнутри. «Серии литого винила Carbon Fiber, Matte и Brush от Ritrama разрабатывали как универсальные, — поясняет менеджер компании по маркетингу Роберт

Рандл. — Они подойдут и для интерьера автомобиля, подчеркнув, например, приборную доску или консоль».

Блэквелл добавляет, что две популярные автомобильные плёнки от 3М подходят и для торгового сегмента. Текстуры и цвет многих плёнок серии 1080 подобраны так, чтобы сокращать блики верхнего освещения, придавая интерьеру новый вид.

### Розничная торговля

Кусера отмечает, что именно розничная торговля предлагает практически неограниченную сферу применения новых продуктов — вывески, полы, настенная и оконная графика, на-



## Инновационные материалы на марафоне в Чикаго

Asphalt Art на прошлогодней SGIA Expo представила запатентованный нескользящий материал на основе алюминиевой фольги, удостоившийся на выставке награды «Продукт года-2011». Рекомендован для спортивных соревнований, парадов, оформления стадионов, точек розничной торговли и парковок.

Материал уже использовали для оформления финишной прямой на марафоне в Чикаго в 2011 г. Выбрали его за простоту нанесения и демонтажа, отсутствие скольжения даже во влажном состоянии. В 2006 г. победитель марафона в Чикаго поскользнулся и упал, пересекая финишную черту. Для организаторов пробега это было чревато не только конфузом, но и потенциальным привлечением к судебной ответственности.

Предложенное Asphalt Art специальное нескользящее покрытие с вкраплениями имеет сертификаты ASTM D-2047 и Национального института безопасности напольных покрытий США и не требует ламинирования. Новый материал совместим с УФ-отверждаемыми и латексными чернилами при стойкости до 1 года.



**ASPHALT ART УДОСТОИЛАСЬ НАГРАДЫ «ПРОДУКТ ГОДА-2011» В КАТЕГОРИИ ПЛЁНОК. БОЛЬШЕ УЗНАТЬ О КОНКУРСЕ И ОЗНАКОМИТЬСЯ С ПОЛНЫМ СПИСОМ ПОБЕДИТЕЛЕЙ МОЖНО НА САЙТЕ SGIA.ORG. КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО: POY11**

стойные рекламные стойки: «Автодилеры — ещё одно перспективное направление: им постоянно нужна оригинальная графика для демо-залов, броские вывески для продаваемых автомобилей. Заинтересованы в продвижении собственного стиля и рестораны, которым важна прочность отделки, не боящейся уборки. Торговым точкам нужно представлять торговые марки, выдерживая лаконичный и постоянный стиль. Поэтому, предлагая хорошо продуманный ассортимент отделок, подчёркивающих достоинства графики и POP-материалов, поставщик печатных услуг окажет весомую помощь дизайнерам и менеджерам торговых марок, работающих над оригинальным стилем», — рассказывает она.

«Магазины рассчитывают с помощью новых текстурных плёнок подчеркнуть стиль помещений, стены, окна и даже двери в примерочные, — добавляет Рандл, не видящий никаких ограничений для розничного сегмента. — Вырезанную на плоттере текстурную плёнку удобно скомбинировать со струйным отпечатком. Плёнка может быть под графикой или на ней — всё зависит от фантазии дизайнера. Такие варианты притягивают взгляд к рекламному сообщению. Будь то стена магазина или приёмная компании, графика с имитацией объёма всегда в центре внимания. По нашему опыту, печать на литом текстурном виниле с последующим ламинировани-

ем совершенно меняет визуальный эффект и впечатление от графики».

### Экологичные решения

FLEXcon на SGIA Expo-2011 представила разработки, соответствующие требованиям рекламодателей и торговых сетей. «Наши новейшие продукты предназначены для розничной торговли и помогут маркетологам выделять собственные торговые марки и привлекать потребителей. При нынешней жёсткой конкуренции крайне важно, чтобы товар отличался от остальных» — считает вице-президент направления брендинга Дон Райел.

Он уверен, что торговый прилавок реально сделать экологически чистым рекламным носителем, отказавшись от винила в пользу прозрачных матовых полиолефиновых либо полиэфирных ламинатов. «Рестораны быстрого обслуживания по всей стране требуют, чтобы материалы для оформления прилавков и столов соответствовали требованиям по непрямому контакту с пищевыми продуктами, выдвигаемых Управлением по контролю за продуктами питания и лекарствами США (FDA). Новое предложение FLEXcon полностью соответствует этим требованиям. Более того, это экологичное решение без содержания ПВХ».

Не содержащие винила новые продукты WALLdeco полностью преобразуют стенное пространство в торговых точках: «Магазины освежат помеще-

ния и мгновенно преобразят внешний вид стен, создав идеальную для себя атмосферу».

### Стенные покрытия под заказ

Огромной популярностью, по словам Кусеры, сейчас пользуется дизайнерское оформление стен, и новые продукты оптимально подходят для этого сегмента: «С широкоформатной цифровой печатью и готовыми самоклеящимися носителями серий DecoArt и DecoSatin оформление стен в офисах и жилых помещениях принесёт немалые прибыли».

Есть в ассортименте компании и серия текстурных виниловых ламинатов, способных превратить типовую графику в необычную — с помощью эффекта глубины и оригинальной отделки: «Подходят для наружных работ и помещений; используются с цветным винилам, графикой и другими совместимыми плоскими и слегка рельефными поверхностями. Материалы предназначены для декоративной отделки высокого качества — интерьеры, POP-стойки, деколи, вывески, настенная графика для квартир, отелей, архитектура». ■

Об авторе: **Билл Шиффнер** (bschiffner@optonline.net), освещает тенденции полиграфической отрасли более 20-ти лет. Автор множества статей по цифровым технологиям, изменившим облик отрасли.