TRUDNOŚCI W PROCESIE ZŁOCENIA NA GORĄCO

„Diabeł tkwi w szczegółach”

Poligrafia to za „Uniwersalnym słownikiem języka polskiego” pod red. prof. Stanisława Dubisza: „dział przemysłu obejmujący wszystkie rodzaje techniki drukarskiej; drukarstwo” (Warszawa 2003, wyd. PWN). Choć jej definicja brzmi niezbyt romantycznie, to jednak z pomocą poligrafii można stworzyć prawdziwe dzieła sztuki, które potrafią budzić silne emocje.

Specjaliści od reklamy i marketingu czy projektanci opakowań lub etykiet powiedzą, że właśnie o emocje tu chodzi. Opakowanie powinno przyciągać wzrok klienta, kusić go i zapowiadać interesującą zawartość, którą mogą stanowić: biżuteria, zegarki, perfumy, słodycze i wiele innych wyrobów. Dlatego też cały sztab ludzi pracuje nad tym, by opakowanie „sprzedało” produkt. Z pomocą przychodzą im różne techniki uszlachetniania, jak chociażby złocenie na gorąco, na którym się tu skupię.



Jest oczywiste, że aby wyprodukować opakowanie na najwyższym poziomie jakościowym i estetycznym, wszystkie osoby uczestniczące w procesie jego tworzenia muszą mieć stosowną wiedzę i doświadczenie. Jeśli choć jeden z elementów tego procesu „nie zagra”, przedsięwzięcie nie powiedzie się. Dlatego tak ważne są zarówno projekt graficzny opakowania, jak i dobra jakość narzędzia, wysoka jakość folii do złocenia, odpowiednia, sprawna maszyna do hot-stampingu oraz ciągłe szkolenia załogi drukarni. Z doświadczenia wiem, że operatorzy maszyn potrzebują profesjonalnego wsparcia – świadczą o tym chociażby zadawane mi przez nich pytania, np.:

- Na czym polega trudność aplikacji folii na powierzchnię pokrytą lakierem UV?
- Dlaczego czasami zdarza się, że folia, która ma właściwą adhezję do podłoża, po aplikacji traci ją po upływie 2-3 tygodni? Jak temu zapobiec?
- Jak prawidłowo dobrać folię do projektu i podłoża tak, by po jej zamówieniu nie było problemów z aplikacją?
- Dlaczego folia położona na farbę tego samego rodzaju i od tego samego producenta raz ma dobrą przyczepność do podłoża, a innym razem nie?
- Jak prawidłowo wykonać przyrząd (ang. *make-ready*) uwzględniając: rodzaj maszyny, wielkość nakładu, poziom skomplikowania motywu itp.?
- Dlaczego złocenie na powierzchniach pokrytych laminatem jest takie trudne?
- Gdzie są granice możliwości technicznych wykonania motywu w technologii hot-stampingu? Jakie najdrobniejsze elementy można wykonać w pozytywie i negatywie?
- Jak sobie radzić z „duszkami” pojawiającymi się wokół apli z elementami w kontrze na szczelnych powierzchniach?
- Jak prawidłowo wyzłocić aplę przeznaczoną do późniejszego zadruku, by krawędzie motywu dały się pokryć farbą, a jego środek nie był wyrywany przez gumę offsetową podczas drukowania?

Czy znajomość odpowiedzi na te pytania jest ważna? Mimo że jest wielce prawdo-

Ważne są zarówno projekt graficzny opakowania, jak i dobra jakość narzędzia, wysoka jakość folii do złocenia, odpowiednia, sprawna maszyna do hot-stampingu oraz ciągłe szkolenia załogi drukarni



Opakowanie powinno przyciągać wzrok klienta, kusić go i zapowiadać interesującą zawartość, którą mogą stanowić: biżuteria, zegarki, perfumy, słodycze i wiele innych wyrobów

podobne, iż przeciętny Kowalski nie zna tajników hot-stampingu i sięgając po opakowanie na półce sklepowej nie zorientuje się, że, na przykład, grafika złocenia mija się z motywem suchego tłoku, na apli są widoczne „duszki", krawędzie złoconego motywu są postrzępione, a drobne litery w kontrze „zalane" folią, to jednak będzie się kierował ogólnym wrażeniem, jakie na nim wywiera to opakowanie. Jeśli praca zostanie wykonana bez dbałości o szczegół, z błędami, to z pewnością odbije się to na efekcie końcowym. W konsekwencji źle uszlachetnione pudełko może zniechęcić potencjalnego klienta do zakupu, bo podświadomie może wpłynąć na ocenę jego zawartości. Pamiętajmy, że wymagania rynku stale rosną, podróżujący po świecie klienci zwiększają swoje oczekiwania co do jakości towaru, ale i jego opakowania. Stąd mój apel do menedżerów drukarń, by inwestowali w szkolenia dla swoich pracowników i nie zapominali o mądrym przysłowiu: „Diabeł tkwi w szczegółach".

Zenon Łapiński, Firma ŁAPIŃSKI



Łapiński

TYLKO U NAS

Hot-stamping bez tajemnic

SZKOLENIA & DORADZTWO

Jesteśmy liderem na rynku polskim, mamy ponad **20 lat** doświadczenia zawodowego w hot-stampingu.

Doradzamy i szkolimy na **wszystkich poziomach zaawansowania.**

Szkolenia praktyczne prowadzimy **na maszynach Klienta.**

Doświadczenie pozyskaliśmy **pracując ze znanymi światowymi firmami.**

Przeprowadziliśmy **kilkadziesiąt szkoleń praktycznych i teoretycznych** (zadowolenie ze współpracy potwierdzone rekomendacjami).

Wystawiliśmy ponad **200 certyfikatów.**



Nie ryzykuj! Postaw na wiedzę i doświadczenie.
Z. Łapiński

Spotkajmy się na targach Packaging Innovations
2–3 kwietnia 2019, stoisko F1, hala niebieska

tel. 883 322 136 · biuro@zenonlapinski.pl

www.zenonlapinski.pl