

Печать на рекламных сувенирах

Тампопечать применяется для нанесения текста (изображения) на небольшие предметы: пластиковые ручки, зажигалки, калькуляторы, настольные часы или кружки.

При разработке дизайна необходимо учитывать ограничения по высоте и длине надписи, искривленность поверхности и место расположения логотипа. Например, если на шариковой ручке надпись очень длинная, то ее разбивают на части и печатают в несколько ударов. При подготовке макета следует иметь в виду, что в процессе печати за счет растискивания краски буквы иногда прилипают друг к другу или сливаются. Чтобы это исключить, литеры специально раздвигают или уменьшают толщину линий. Иногда заказчик хочет поместить на предмет очень много информации, однако существует правило: чем мельче логотип, тем солиднее выглядит подарок. Кроме того, не всегда на предмете можно напечатать логотип в том месте, где хотелось бы, поскольку при движении тампон задевает за его детали. Как правило, на предметах, предназначенных для нанесения фирменной символики, имеются специальные области, доступные для тампона. Толщина слоя краски небольшая, поэтому печать светлыми красками на темных поверхностях делают в несколько ударов, а иногда это вообще невозможно. Поэтому макет, предоставленный заказчиком, часто приходится существенно изменять.

Некоторые поверхности (особенно это характерно для дешевой китайской продукции) плохо воспринимают краску, и нанесение стирается. В этом случае можно попытаться применить специальные добавки - иногда помогает. Надо сказать, что на металлических ручках, в том числе на покрытых эмалью, нанесение необходимо делать методом лазерной гравировки, так как тампопечать на металле со временем все равно стирается. Случается и так, что при гравировке серебристой, покрытой эмалью ручки надпись получается желтой. Если фирменный стиль предусматривает только серебро, то пробуют тампопечать. Часто фирмы предлагают кружки или пепельницы с тампопечатью. Такое нанесение крайне недолговечно, даже если использовать специальные краски. Действительно качественное нанесение на стекло и керамику обеспечивается методом деколирования, описанным ниже. Ну и конечно же, печатник всегда делает оснастку под предмет, чтобы в результате надпись относительно предмета получилась ровная и чтобы ее расположение соответствовало макету. Сама печать осуществляется быстро; больше времени занимает переупаковка каждого предмета. Тампопечать является одним из наиболее дешевых способов нанесения: около 0,2 долл. при минимальном тираже 100 штук в один цвет.

Шелкография позволяет печатать на широком круге материалов: текстиле, полиэтилене, бумаге, пластике и т.д. На одном станке можно производить нанесение символики на футболки, нейлоновые сумки и зонты, печатать трансферы для бейсболок, полиэтиленовые и бумажные пакеты, деколи для стекла и керамики, пивные подставки и различную полиграфиче-

скую продукцию. Многокрасочную печать на футболках обычно делают на станках карусельного типа; после печати изделия просушивают в специальной сушилке. В некоторых случаях изображение печатается не на ткани, а на специальной (силиконизированной) бумаге. Последовательность наложения красок осуществляется в обратном порядке, а также добавляется дополнительный слой - бесцветный лак, выполняющий связующую функцию. Готовое изображение, называемое трансфером, переносится на ткань посредством нагревания на специальном прессе. Такой способ называется термотрансферным. По такой технологии производится, в частности, нанесение фирменной символики на бейсболки. Прессы для бейсболок имеют специальный изогнутый стол, на который одевается кепка. При выборе способа печати на футболках между термотрансфером и прямой шелкографией предпочтение всегда отдается последней, так как изображение получается более устойчивым в носке. По внешнему виду можно определить, каким способом производилось нанесение. Печать полноцветного изображения на футболках, тем более на темных, требует весьма высокой квалификации, особенно это касается дизайнера, делающего цветоделение. Обычных знаний здесь недостаточно, так как это процесс творческий, причем индивидуальный для каждого изображения.

Печатник использует разные сетки для красок и лака, в зависимости от требуемой толщины слоя. Сетки характеризуются номером, соответствующим количеству нитей на 1 см. Как правило, шелкографические станки имеют плоский стол, поэтому существуют зоны печати, недоступные для дизайна. Например, нельзя делать надпись на рукаве больше определенной длины либо печатать на груди или спине близко к швам, (если, конечно, печать производится на готовой футболке, а не на крое).

Печать шелкографическим способом по непитающимся поверхностям производят специально предназначенными для этого красками. Однако иногда встречаются материалы, которые даже с добавлением в краску специальных сиккативов не позволяют получить устойчивое к стиранию изображение. Такие подарки, как зонты, куртки, нейлоновые сумки и портфели, также предпочтительно печатать прямым способом. На сумках и портфелях печать часто осуществляется на крое. Из перечисленных предметов сложнее всего печатать на зонтах. Как правило, невозможно снять ткань со спиц, поэтому зона печати очень ограничена. Несмотря на это, заказчики часто требуют максимально большого размера логотипа красочностью в 4-6 цветов с точным совмещением.

Полиэтиленовые пакеты, отпечатанные шелкографическим способом, намного красивее пакетов после флексопечати, за исключением, конечно, полноцветных. Слой краски при шелкографии больше, поэтому краски ярче и изображение более насыщенное. Однако при полноцвете растровое зерно больше, чем при флексографии, поэтому качество - недопустимо низкое. Для печати используют пакеты из полиэтилена высокого давления (ПВД), которые предварительно проходят обработку электрическим зарядом - активирование. Активированные пакеты хранятся в необходимом количестве на складе, причем срок активирования ограничен. Если же пакет не активирован, то после высыхания краска с него шелушится. После печати пакеты высушивают на стеллажах, без применения специальных сушилок.

На шелкографических станках также печатают самую разнообразную полиграфическую продукцию, руководствуясь правилом, что это выгодно при тиражах до 3 тыс. печатных

листов. Здесь существует ряд преимуществ перед офсетом в сфере дизайна. Для качественной представительской продукции насыщенные золотой, серебряный или белый цвета на эксклюзивных окрашенных в массу бумагах и картонах можно получить, применив шелкографию. При офсетном же способе печати эти краски "погаснут", впитавшись в материал. Подставки под кружки и стаканы изготавливаются из специального пищевого картона, который впитывает воду. Этот материал по толщине не проходит в обычную офсетную машину, поэтому изображение на нем печатается на шелкографических станках. Шелкографическим способом с применением красок для стекла и керамики на специальной (гуммированной) бумаге печатают деколи. Готовые деколи, как переводную картинку, переносят на кружку, стакан и т.п., после чего обжигают в печи. Под воздействием высокой температуры пигменты краски проникают в материал, и после обжига получается прочное долговечное изображение. При обжиге краски меняют цвет, в этом и состоит сложность достижения требуемого оттенка. Кружки, пепельницы, стаканы и другие керамические и стеклянные предметы с фирменной символикой печатают на тампопечатных станках и на шелкографических машинах круговой печати, а также фотопечатью. Однако единственным способом, обеспечивающим высокое качество, является именно метод горячего деколя.

Помимо распространенных плоскочечатных шелкографических станков существуют и машины с устройством для круговой печати. Это оборудование позволяет печатать на ручках, кружках, пепельницах и пр. Изображение на них наносится практически по всей круговой поверхности, при условии, что она плоская.

"Рекламно-сувенирный бизнес находится в стадии постоянного роста, - говорит Андрей Таранов, президент Ассоциации профессионалов рекламно-сувенирного бизнеса (IPSA). - Рекламный сувенир является таким же рекламоносителем, как телевидение, радио или наружная реклама. Эксперты оценивают (очень приблизительно) рекламно-сувенирную долю общего "рекламного пирога" в 5-7%. Это означает, что из каждых 20 млн. "рекламных" долларов на рекламные сувениры идет 1 млн." Структура рынка претерпевает изменения. Растущая конкуренция определяет для компании необходимость специализации на достаточно узком круге услуг или видов продукции. Компании-"дженералисты", предлагающие весь спектр сувенирной продукции, все чаще и чаще уступают контракты специализированным компаниям, особенно в крупных сделках.

При написании данной статьи
использовались материалы Анны Дедковой,
опубликованные в журнале КомпьюАрт

Адрес: г. Москва, улица Генерала Рычагова, дом 28

Телефон/факс: (495) 153-1643

Homepage: www.shelkotrafaret.narod.ru

E-mail: shelkotrafaret@yandex.ru