

# «Лучшее украшение — ленты»

Наша компания производит бумажные пакеты уже 15 лет. Оценивая последние тенденции в этой области, отмечаю, что заказы стали сложнее, интереснее с точки зрения технологии, а внешний вид продукции постоянно улучшается. Если раньше наиболее распространенным способом печати и отделки были офсет и глянцевая ламинация, то теперь на рынке пакетов царит многообразие. Мы сами специализируемся на трафаретной печати, работаем со всевозможными дизайнерскими бумагами, и наших клиентов всегда старались заинтересовать именно возможностью воплощения нестандартных идей, которые сделали бы фирменный пакет более солидным, чем типовые изделия.

Сейчас популярность разных видов отделки, например, УФ-лакирования или тиснения, заметно выросла. Мы выпускаем элитную, изысканную продукцию, что вполне соответствует растущим запросам заказчиков: теперь они ценят индивидуальность, стремятся отличаться от других.

Все чаще заказчики просят нас помочь в работе над пакетом, и это тоже благоприятная тенденция. Раньше нам просто приносили готовые образцы и хотели получить что-то похожее, теперь же мы вместе подбираем материалы, обсуждаем способы отделки будущего изделия, для того чтобы пакет наилучшим образом воплощал стиль компании или соответствовал содержанию.

На сентябрьской выставке сувениров мы представляли нашу оригинальную разработку — пакеты с ручками из атласных лент. Внутри одной партии мы можем изготовить пакеты с ручками из ленты и обычного шнура. Этим предложением воспользовались многие из первых заказчиков, посчитав, что пакеты с атласными лентами не подойдут мужчинам. Однако, надо отметить, что, повторяя заказы перед Новым годом, те же клиенты выбрали ручки-ленты уже для всего тиража — очевидно, среди сотрудников и партнеров они пользовались успехом.

Общее количество заказов увеличивается, что объясняется и высоким уровнем нашей работы, и тенденциями рынка. Например, к выставочному сезону многие заказывают именно бумажные, а не полиэтиленовые пакеты, как раньше. Становится очевидным, что компании увеличивают свои рекламные бюджеты, стремятся выглядеть солиднее в глазах своих клиентов, а стильная и качественная упаковка как одна из составляющих имиджа компании в этом помогает.

Основные функции пакета — упаковка фирменных подарков и рекламных материалов, таких как, например, каталоги. Каталог — достаточно дорогой вид рекламной продукции, и вполне естественно, что упаковка для

него тоже должна быть не дешевой. Кстати, рекламные материалы часто довольно тяжелы, поэтому пакеты для них должны быть прочнее, чем обычно.

Мы также печатаем пакеты для производителей и продавцов товаров, распространяющихся в розницу. Среди наших клиентов есть, в частности, элитные магазины, которые придают очень большое значение упаковке.

Мы работаем как с рекламными агентствами, так и с прямыми клиентами. Специфика работы в каждом случае своя но, общаться с заказчиком напрямую все же интереснее, и в итоге можно создать очень запоминающийся проект. Ведь, разговаривая с клиентом лично, мы можем лучше понять направление его деятельности, особенности фирменного стиля, обсудить все детали. Например, зная, что именно будут упаковывать в наш пакет, мы можем посоветовать клиенту выбрать материал или формат изделия так, чтобы не было лишних затрат там, где их можно избежать.

Те рекламные агентства, которые уже стали нашими постоянными партнерами, мы держим в курсе новинок, и поступающие от них заказы очень интересны технологически. Начиная сотрудничество с новым клиентом, мы отправляем ему большое количество образцов, чтобы наглядно показать качество нашей продукции.

Мы печатаем пакеты для различных акций (конференций, семинаров, симпозиумов, юбилеев и праздников). Тиражи обычно небольшие 100–500 экз. Пакеты для текущей раздачи печатаются достаточно крупными тиражами: 1000–5000 экз. (в этом случае оформление ограничивается в основном печатью логотипа и слогана компании). Заказывают такие партии 1–2 раза в год.

Обычно мы работаем с дизайном заказчика или рекомендуем ему дизайн-бюро. Своих дизайнеров у нас нет, поскольку наша компания является производственной. Конечно, с такими простыми вещами, как размещение логотипа или слогана мы справляемся сами. Можем предложить заказчику выбрать из множества готовых образцов подходящий вариант оформления.

Нам очень помогает работа поставщиков бумаг и картона: в последнее время появляется много новых коллекций и, что очень важно, нужные материалы практически всегда имеются в наличии на складе — не приходится ждать поставки. В имеющихся у нас каталогах представлено 400–500 образцов бумаг.

Дизайнерские бумаги по-прежнему популярны. Мы много работаем с цветными бумагами, тонированными в массе. Сейчас выбор настолько велик, что нет особенного смысла запечатывать белую бумагу пантоном — нужный цвет можно подобрать по ка-



талагам. Ведь запечатанная бумага будет цветной только с одной стороны — внутри пакет останется белым. Даже если не удастся найти дизайнерскую бумагу, точно совпадающую по цвету с логотипом, можно напечатать на пакете пантоном именно логотип — между краской и бумагой будет небольшой контраст, и такое решение выглядит очень стильно.

Очень вырос спрос на синтетическую бумагу (по сути — пластик) «полилит». Это белый материал, приятный на ощупь, с гладкой поверхностью, создающей эффект матовой ламинации. Он стал очень модным, не только благодаря прочности, стойкости к истиранию, влаге и маслам. Такой пакет «проживет» две-три недели, даже если его будут активно использовать. Это бывает немало важно, особенно если компания молодая и только начинает свою деятельность на рынке. Естественно, в этом случае важно, чтобы логотип видели как можно дольше.

Другой популярный материал — «плайк», бумага с синтетическим напылением. Она тоже напоминает ламинированную матовой пленкой и на ощупь, и внешне. Очень красиво на ней смотрится выборочное лакирование.

Пакеты мы делаем «с нуля»: запечатываем, бигуем, собираем. Сборка ручная, но в работе используются автоматические приспособления, которые ускоряют и облегчают резку шнура, пробивку отверстий, нанесение клея.

Много заказов нетипичных. Пакеты с ручками-лентами — лишь один из примеров. Мы изготавливаем пакеты нестандартной формы: в виде трапеции, сердца, открывающейся коробочки. Встречаются и другие интересные конструкции.

Отдельно хотелось бы рассказать о видах ручек для пакетов. Самый простой вариант — веревочная ручка-шнур. Большинство производителей придерживается стандарта 4 мм, но мы используем шнур толщиной 8 мм, который смотрится более выигрышно.

Другой вид ручек — из кинафного шнура (пеньки). Он очень хорошо подходит для пакетов из крафт-бумаги. Помимо этого, мы предлагаем витые шнуры и шнуры с вытканым логотипом (но в этом случае тираж должен быть не менее тысячи экз.).

Что касается атласных лент, то мы предлагаем 50 цветов. Часто для ручки используются сразу две ленты близких или, наоборот, контрастных оттенков. Мы разработали собственную методику, по которой на ручке-ленте завязывается бант.

Многие заказчики выбирают вырубные ручки. Для того чтобы они были прочнее, верхняя часть пакета, которая укрепляется картоном, делается шире, картон приклеивается и штампом вырубается ручка. Форма вырубки у нас стандартная, но если тираж более тысячи, можно заказать что-то необычное. Делая выбор, нужно учитывать, что пакет с вырубными ручками не способен выдержать большой груз. Если нужен более прочный пакет, для него подбираются синтетические материалы, дно и ручки укрепляются особым плотным картоном (700 г/м<sup>2</sup> вместо обычных 300). Был случай, когда клиент заказал пакет, способный выдержать 8 кг.

Пластиковая ручка-клипса предлагается нами в качестве стандартной и по цене не отличается от шнура. Здесь все зависит от предпочтений заказчика. Особенно прочны ручки из саржевой ленты. Они крепятся к пакету при помощи холнитенов — специальных клепок.

Таковы последние тенденции в том, что касается материалов для пакетов. Для оформления по-прежнему популярны лакирование, тиснение золотой, серебряной, голографической, глянцевой или матовой фольгой. Если клиент хочет, чтобы на бумаге было выполнено конгревное тиснение (а оно действительно очень привлекательно смотрится), мы объясняем, что нужный эффект будет, только если материал достаточно плотный. На бумаге 120–179 г/м<sup>2</sup> делать конгрев не имеет смысла: он очень быстро «разойдется» — получится, что деньги были потрачены зря.

Грамотно надо выбирать и материал, на который будет наноситься УФ-лак. Лучше всего, чтобы это была матовая бумага или полилит.

Перед Новым годом был большой спрос на глиттеры. Естественно, заказывали много пакетов с лентами. Отмечу, что красивый пакет не обязательно должен быть запечатан всеми цветами радуги, главное зачастую — правильно выбрать бумагу, лак и две-три краски.

**Наталья Шестопалова,**  
генеральный директор  
компании «КРО», г. Москва.



### Ribbons are the best decorations

The director general of “Kro” company tells about trends and novelties in packaging. Major trends are orders for more expensive and high quality packaging, exclusive design, bags of original forms or bags with unconventional handles, for example, handles made of satin ribbons.