

ПО ИТОГАМ ВЫСТАВКИ РОСУПАК-2007:

На правах рекламы

УСПЕХ ЭТИКЕТКИ ПРЕВЗОШЕЛ ОЖИДАНИЯ



В 11–12 номере журнала «Косметический рынок сегодня» были опубликованы материалы проекта по разработке новой этикетки для косметической продукции. В проекте приняли участие семь компаний. Экспериментальные образцы новой этикетки были представлены на выставке РОСУПАК-2007 в экспозициях типографии «Цифровая этикетка» и фирмы «НИССА Центр» – официального дистрибутора HP Indigo в России и СНГ.

Организаторы проекта понимали, что интерес посетителей и участников выставки к разработке будет, но происходящее превзошло все ожидания. За несколько дней работы выставки было получено много лестных отзывов о продукции типографии «Цифровая этикетка». Особенно порадовало внимание и дружеская поддержка некоторых типографий – лидеров на рынке этикеток.

Типография «Знак», Москва, Заместитель директора по полиграфической продукции Кравченко Виктор Иванович:

– Мы обратили внимание на грамотное использование возможностей технологии HP Indigo в производстве этикеток. Появление новых целеустремленных и думающих игроков, таких как типография «Цифровая этикетка» с оригиналь-

ным проектом говорит о перспективности цифровой печати в России.

Полиграфическая компания «Неопринт», СПб, маркетолог Олеся Александровна Зубарева:

– Порадовало появление оригинальной маркетинговой программы. Мы увидели новый результативный механизм взаимодействия дистрибутора нового оборудования, динамично развивающейся типографии и производителя косметической продукции.

Полиграфическое предприятие «Аляска-Полиграфоформление», СПб, менеджер по маркетингу и рекламе Анастасия Викторовна Федорова:

– Разработчики проекта серьезно подошли к использованию такой возможности цифровой технологии HP Indigo как печать по ткани. Тканевая этикетка, безусловно, сможет стать серьезным аргументом в процессе покупки. Возможность сочетания печати на ткани с другими сложными материалами открывает большие возможности для реализации самых смелых дизайнерских решений, что так важно в секторе косметических средств. Однако, не смотря на все достоинства, новая этикетка серьезно увеличит затраты производителей на упаковку. Хотелось бы знать цену новой тканевой этикетки для коммерческих тиражей.

Совместный проект «НИССА Центр» и «Цифровой этикетки» – первый российский опыт взаимодействия поставщика полиграфического оборудования

и его клиента. Вместе с названными компаниями в проекте приняли участие компании «ФРАТТИ НВ», «Фармакон», НП-КФ «Декост», «Парафарм». Расходные материалы поставила компания «АРТМАРК Лейбл Системс». Одобрение участников проекта стало главным критерием успешности новой разработки.

НПКФ «Декост» работает на рынке БАД с 1995 года и за счет использования новейших научных разработок постоянно расширяет ассортимент и повышает качество выпускаемой продукции. Продукция выпускается в дозированной суточной норме активного вещества в одной таблетке или капсуле. Генеральный директор Павел Петрович Бабенко:

– Дизайн лицевой этикетки не изменился. Точно воспроизведена цветовая гамма. Но флакон воспринимается по-другому. Атласная фактура этикетки, перламутровый оттенок фона, глубина и какая-то воздушная прозрачность цвета придают флакону презентабельный «дорогой» вид. Мы понимаем, что цена такой этикетки не может быть низкой, но готовы рассмотреть ее применение для группы элитных масел.

Производственно-фармацевтическая компания «Парафарм» уже более 12 лет занимает на фармацевтическом рынке одно из передовых мест по разработке, внедрению, производству и дистрибуции биологически активных добавок (БАДов) к пище, фиточаев, растительных стандартизированных экстрактов и пар-



фюрмерно-косметической продукции. Специалист отдела регистрации Сироко Елена Альбертовна:

– По условиям проекта для нашего товара использован самоклеящийся ацетат черного цвета, т.к. фон этикетки черный, насыщенный. Флакон сиропа «Триосон» (успокаивающее средство) приобрел вид бальзама. Материал и дизайн полностью сочетаются, мягко «втягивая» взгляд покупателя. К сожалению, видны некоторые технические недоработки, связанные с особенностями и новизной материала. Мы надеемся, что специалисты типографии «Цифровая этикетка» с этими проблемами вскоре справятся.

Компания «ФАРМАКОН Ко» производит лечебно-профилактическую косметику, предназначенную для широкого круга покупателей. При создании косметических препаратов используются новейшие достижения биологии, медицины и технологии. Вся продукция компании «ФАРМАКОН Ко» сертифицирована по результатам физико-химических, гигиенических и клинических испытаний. Генеральный директор Меликянц Александр Георгиевич:

– По условиям проекта наши этикетки напечатаны с разными видами тиснения. Интересно, красиво. Тиснение выглядит рельефно и выигрышно на тканевой фактуре. Внешний вид изделия меняется в лучшую сторону. Технические недостатки, связанные с проблемами подбора ножей, лака и фольги для тиснения, требуют доработки. Также немаловажен вопрос цены. По договоренности с организаторами проекта мы готовы в своем торговом зале проверить влияние новой этикетки на повышение сбыта, на желание потребителя взять товар в руки. Вопрос об использовании тканевой этикетки для нашей продукции будет решаться по результатам тестирования.

Компания ООО «ФРАТТИ НВ» – один из крупнейших в России производителей косметики и бытовой химии. Продукты таких марок, как «Русское поле», «Природная аптека», «Ласковая мама», «Сельский домик», «Волшебница», давно полюбили покупателей. Ассортимент компании постоянно пополняется новинками, отвечающими самым современным запросам общества. Начальник отдела рекламы Ксения Балабанова:

– Дизайн лицевой этикетки нового продукта, еще не выпущенного на ры-

нок, значительно изменен. В процессе согласования предстоящих изменений мы понимали, что внешний вид флакона будет выглядеть иначе... Но то, что мы увидели превзошло все ожидания! Двухслойная этикетка с тиснением; безупречный оливковый цвет с перламутровым отливом тканевой основы; контраст прозрачной пленки и атласной поверхности ткани. Просто потрясающе! До промышленного применения еще далеко, но мы планируем в будущем использовать такую этикетку в нашем производстве. Именно поэтому мы готовы провести исследования по соответствию самоклеящейся ткани нормам хранения и эксплуатации нашего товара.

Компания «АРТМАРК Лейбл Системс» – крупнейший поставщик рулонных самоклеящихся материалов в России, флексографических красок и вырубных пластин. Начальник отдела расходных материалов Полторацкая Наталья Петровна:

– Мы рады расширению рынка применения поставляемых нами материалов. Участие в проекте для нашей компании открывает новые перспективы развития. Творческий подход к работе в типографии «Цифровая этикетка» полезен для всех участников проекта.

За время проведения выставки значительно расширился круг партнеров, заинтересованных в поиске новых нестандартных решений исполнения этикеток.

«Торговая Компания Ультратекс» – поставщик ролевых материалов для этикеток. Начальник отдела этикеточной продукции Поплавский Андрей Анатольевич:

– Предложение использовать самоклеящийся сатин для производства этикеток косметической продукции было для нас неожиданным. Но когда мы увидели первые экспериментальные варианты, мы не только согласились стать участниками проекта, но и рассматриваем возможность расширения ассортимента тканевых самоклеящихся материалов как по цвету, так и по фактуре.

Группа компаний «COSMOPACK PRO» – один из ведущих поставщиков упаковки для парфюмерии, косметики и бытовой химии. В группу входит также дизайнерское бюро, специализирующееся в парфюмерно-косметической области. Генеральный директор Золотухин Сергей Александрович:

– Этот проект привлек наше внимание нестандартными и новаторскими



идеями и возможностями: цифровая печать небольшими тиражами, тканевые этикетки, участие в создании новых технологий печати. Всегда интересно пробовать свои силы и придумывать что-то новое! Хотим принять активное участие в проекте и реализовать наши задумки!

С 26 по 29 сентября в выставочном центре Brussels Expo (Брюссель, Бельгия) проводится выставка LABELXPO EUROPE 2007, на которой будут представлены различные виды этикеточной продукции. LABELXPO EUROPE является крупнейшей выставкой в своей отрасли в мире.

Компания НР организует конкурс в рамках LABELXPO EUROPE 2007 для производителей этикеток, работающих на цифровых печатных машинах Indigo.. Фирма «НИССА Центр» и типография «Цифровая этикетка» по результатам проекта по тканевым этикеткам готовы принять участие в конкурсе.

Все подробности о дальнейшей работе по проекту читайте в ближайших номерах журнала «Косметический рынок сегодня».

Директор по развитию цифровых технологий печати, фирма «НИССА Центр» Горлов Андрей
Директор по маркетингу типографии «Цифровая Этикетка» Сонина Елена