

# Opakowanie premium coraz bardziej popularne

Rozmowa z Jackiem Limanówką, dyrektorem działu obsługi klienta w drukarni Multipress.

## Czy ubiegły rok był pomyślny dla rynku produktów luksusowych?

– Jako producentom etykiet i opakowań trudno jest nam odpowiedzieć na to pytanie wprost. Jeśli odnieśliśmy się do produkcji opakowań typu premium, to śmiało można by powiedzieć, że tak, ich sprzedaż co roku znacząco wzrasta. Jednak nie można tego przekładać jeden do jednego na cały rynek produktów luksusowych, ponieważ, jak zauważamy, coraz więcej produktów mniej luksusowych czy wręcz standardowych jest pakowane w bardzo fikuśne, bogato uszlachetnione opakowania, które do tej pory zarezerwowane były dla produktów z tzw. wyższej półki.

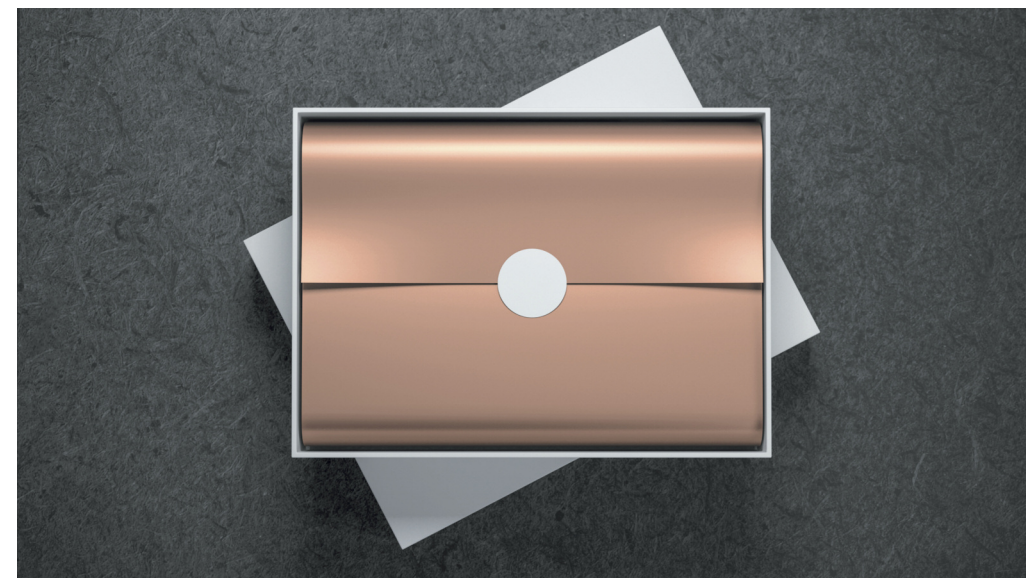
## W jaki sposób wzbogaca się opakowanie o wartość dodaną?

– Rynek poligraficzny na pewno nie śpi, właściwie śmiało można powiedzieć, iż co roku pojawia się jakaś innowacja w tym względzie. Mało tego, nawet pracując już bardzo powszechnymi metodami uszlachetnień, to ich kombinacja powoduje, iż powstaje coś nowego i bardzo ciekawego w odbiorze.

Oczywiście, wymienić można wszelkiego rodzaju druki na foliach, laminatach, lakiery – w tym ostatnio bardzo popularny, mimo że znany już od jakiegoś czasu, *dripp off*, lakier UV, 3D, aplikacja folii – tutaj w dalszym ciągu dużym uznaniem cieszy się folia *soft touch*, a także folie soczewkowe,



Fot. Fotolia



Fot. Fotolia

złocenia na zimno i na gorąco, tłoczenia, tłoczenia 3D, tłoczenia grawerskie i wiele innych.

Jednak szczególną uwagę chciałbym zwrócić na coś, o czym się raczej nie mówi, bo trudno traktować to jako technologię uszlachetniania, niemniej jednak ma duże znaczenie. Chodzi o samą bryłę opakowania, jej odpowiedni kształt, formę – tutaj duże pole do popisu ma konstruktor opakowania.

## Luksusowe opakowanie powinno być wyjątkowe. Czy to znaczy, że może mieć dowolny, nawet najdziwniejszy kształt? Gdzie leży granica między opakowaniem krzykliwym a przyciągającym wzrok?

– To już z pewnością kwestia gustu, z którym trudno dyskutować, ale z pewnością granice coraz bardziej się poszerzają. Oczywiście dowolność kończy się w momencie, kiedy opakowanie nie będzie spełniało swojej funkcji i np. rozpadnie się, a produkt umieszczony w środku wypadnie. Chociaż może właśnie podsunąłem komuś pomysł do stworzenia czegoś nowego i zaskakującego...

## Jak do takiego niebanalnego opakowania dopasować etykietę?

– Nie jest to trudne, ponieważ większość z wymienionych uszlachetnień śmiało można stosować

zarówno na opakowaniu, jak i na etykiecie, co powoduje, że oba produkty są bardzo zbliżone do siebie i dobrze ze sobą współgrają.

## Jakie jest Pana ulubione uszlachetnienie stosowane do produkcji opakowań luksusowych?

– Lubię, kiedy na opakowaniu zastosowano wysmakowane połączenia, dwie lub maksymalnie trzy technologie. Przykładem takiego połączenia może być folia *soft touch* z lakierem 3D lub druk UV na srebrnym laminacie z *dripp off*.

## Jakie firmy najczęściej zlecają produkcję opakowań luksusowych?

– W tym momencie właściwie już w każdej branży możemy spotkać opakowanie typu premium. Myślę, że niewiele się pomylę, jeśli stwierdzę, iż prawie każda firma ma przynajmniej jeden produkt, który pakuje w opakowanie premium.

## Z jakiego projektu są Państwo ostatnio szczególnie dumni?

– Zapewne ze wszystkich, które otrzymały nagrodę „Złotego Gryfa”, natomiast ogólniej mówiąc jesteśmy dumni z wdrożenia i przekonania klientów do stosowania wspomnianej technologii *cold stampingu* na ich produktach.