

#вториннаУпаковка

#картон

#ламінуванняКартону

#фольгуванняКартону



Валерія Гранкіна,
співвласниця друкарні
ТОВ «Славена»



Як зробити вторинну упаковку кращою та дешевшою?

Фармацевтичні підприємства постійно шукають можливості заощадити на упаковці. Скільки я чула історій про неймовірну кількість фольги на упаковці, яку не замовляли до повторного друку, після того як на стіл до CEO компанії-замовника потрапляли рахунки на оплату тиражу. Скільки я чула історій про те, що фармацевтичні компанії спеціально беруть на роботу у відділ дизайну людей, які раніше працювали у друкарні. Скільки я чула історій про те, що щільність важливіша за товщину і менеджер краще знає, що вплине на ціну, а що – ні. Але всі ці помилки не допомагають у подоланні проблеми зниження вартості виготовлення упаковки, оскільки питання поліграфії завжди були і залишаються закритими, а рідко який менеджер захоче вдаватися до її тонкощів. Мені як поліграфісту завжди цікаво розповісти про важливі нюанси своєї роботи, а також про те, як замовник упаковки може заощадити і опосередковано вплинути на покращання екологічної ситуації на нашій планеті.

#вториннаУпаковка
#картон
#ламінуванняКартону
#фольгуванняКартону

вториннаУпаковка
картон
ламінуванняКартону
фольгуванняКартону

У наш час фармацевтична упаковка виконує велику кількість функцій. І що цікаво: якщо упаковку для продуктів харчування спочатку створювали для їхнього захисту від пошкоджень або змішування з іншим продуктом, то упаковка для фармацевтичних препаратів із самого початку була призначена для розмежування дорогих і більш дешевих ліків. Наступними її функціями є залучення покупців та збільшення обсягу продажів. І лише третьою функцією можна назвати захист від пошкоджень під час транспортування. До якості й технічних характеристик картону для фармацевтичної упаковки завжди висувалися най-

суворіші вимоги. І це цілком виправдано, тому що за наявності великого вибору ми здебільшого обираємо той препарат, упаковка якого дає нам найбільше віри в ефективність лікування.

Картон

Картон відіграє найважливішу роль у створенні упаковки. Якість та правильний підхід до його підбору визначають остаточний зовнішній вигляд картонної упаковки, тому до цього етапу слід ставитись вкрай відповідально.

Ще кілька років тому ми із здристю дивилися на картонну упаковку європейських виробників і брали її за приклад. Упаковка, виконана з використанням товстого картону, завжди здавалася стійкою та більш дорогою. І швидше за все, вона й справді була дорогою, адже що товщий картон, то дорожче коштуватиме сама упаковка. Але це відбувається не через проблему її виготовлення, а за рахунок вартості самого матеріалу. Тим часом український замовник картонної упаковки не експериментував із товстим картоном і завжди вказував щільність, яка становила 230 – 250 г/м². При цьому за однієї й тієї самої щільності товщина картону різних виробників може значно відрізнятись.

Останніми роками європейські фахівці з виготовлення упаковки наполягають на важливості використання тонкого, але твердого картону. Адже тонкий картон із добре підібраними показниками не тільки чудово тримає упаковку та переносить будь-які післядрукарські процеси, але і є більш економним варіантом для пакування. Що менша щільність картону, то нижча його ціна, а отже, ціна виробу знижується. Також при виготовленні такого картону значно зменшується кількість викидів CO₂ у повітря. Усе вищесказане стосується лише целюлозного, а не макулатурного картону.

Макулатурний картон набирає все більшої популярності в Украї-

ні для виготовлення картонної упаковки. Багато виробників вважають, що таким чином вони можуть здешевити вартість її виготовлення. Але насправді все навпаки – з огляду на зростання цін на макулатурний картон зараз набагато дешевше виробляти упаковку із целюлозного картону. Більше того, тонкий макулатурний картон можна використовувати для упаковки, але він швидко рветься і мнеться. Часто він виявляється пересушеним і тоді тріскається на бортиках готової упаковки. І що б виробник з ним не робив, як би не намагався уникнути таких недоліків, нічого не вийде. Більше того, для пакування придатний лише товстий макулатурний картон із високими показниками щільності. А це одразу впливає на здорожчання готової упаковки.

Наступна порада стосується вибору типу картону для фармацевтичного пакування. Існує два типи картону: GC1 (з білим оборотом) та GC2 (із кремовим оборотом). У Європі картон першого типу використовують для косметичної продукції або такої, що потребує ідеальної білизни картону, а картон другого типу – найчастіше для фармацевтичної продукції. Причому в специфікаціях якості завжди вказують, для упаковки якої продукції рекомендований той чи інший картон. У нашій країні замовники найчастіше просять виготовити продукцію на картоні першого типу, що завжди значно здорожчує готову картонну упаковку. Річ у тім, що картон GC1 дорожчий за картон GC2. Але картон другого типу зазвичай не поступається картону першого типу за умови виготовлення одним виробником.

Висновок: для фармацевтичної упаковки в 99% випадків найкраще підійде тонкий, але твердий целюлозний картон типу GC2.

Ламінування картону

Ламінування картону захищає продукт усередині упаковки від потрапляння вологи, жиру та інших речовин, які можуть зашкодити йому. Для фармацевтичної упаковки ламінування в принципі не потрібне, а за бажання замовника отримати якісь особливі тактильні відчуття її можна замінити на покриття ультрафіолетовим лаком. Ламінування підвищує вартість виготовлення упаковки. Причому вартість зростає на 30 – 50%, якщо її порівнювати за використання звичайного лаку, який наносять на будь-яку упаковку для захисту фарби від стирання. Більше того, в Європі вже відмовилися від ламінування і максимально розпродають своє обладнання для виконання цього процесу в тих країнах, де він досі є прийнятним. Адже переробка упаковки, вкритої плівкою, неможлива і завдає шкоди екології.

Висновок: від ламінованого картону для фармацевтичної упаковки краще відмовитись. Ламінація їй не потрібна, до того ж вона збільшує вартість виготовлення та ускладнює процес переробки. За бажання можна замінити покриття ультрафіолетовим лаком.

Фольгування картону

По суті, фольгування картону – це нанесення на нього такого самого шару пластику або, інакше кажучи, ламінації, але з металевим блиском. Наразі не так часто, як раніше, на полицях магазинів та аптек можна побачити упаковки, виготовлені з використанням фольгованого картону. Раніше такі упаковки справді виділялися на тлі решти за рахунок яскравого металевого блиску і виглядали досить міцними. Але таке фольгування значно збільшує вартість виготовлення упаковки, а також непридатне до переробки. Сьогодні для такого дизайну є рішення за допомогою використання спеціальних машин, які працюють за принципом передачі не ламінації із

металевим блиском на картон, а лише шару з металевим покриттям. Такий метод вважають більш екологічним. На жаль, машин, які працюють за таким принципом, в Україні лише одиниці.

Висновок: від фольгування упаковки із застосуванням плівки краще відмовитися.

Кольоровість в упаковці

Що більше кольорів потрібно нанести на упаковку, то дорожчим буде її виготовлення. Навіть якщо це маленьке коло або кілька точок, або просто ефект тіні. Світові виробники упаковки переконують своїх замовників у необхідності зменшення площі, яку вкривають фарбою на упаковці, оскільки це значною мірою впливає на поліпшення екологічної ситуації та можливість переробки упаковки. Також важливо, що це значно знижує вартість і зменшує час на виготовлення упаковки.

Висновок: усе, що можна зробити фарбами СМУК, робіть фарбами СМУК. Нехай ваші співробітники запам'ятають два слова: «економія» та «екологія».

Підсумовуючи, можна сказати, що luxury втрачає свої позиції. Зараз немодно бути luxury, класно бути стійким. І це видно з упаковки, виготовленої в Європі. Упаковка не повинна бути дорогою у виробництві. А для цього варто приділяти багато уваги матеріалам, які ви використовуєте для її прикрашання. Упаковка має бути акуратною та такою, яка сама себе продає, а для цього потрібно звертатись до професійних друкарень.

Упродовж останніх років якість і конкурентоспроможність продуктів, вироблених в Україні, значно зросли. Ми конкурентоспроможні. Нам би добрати системності, амбіцій та поінформованості – і буде космос! А сміливості в нас достатньо. ■

