**Рекламные наклейки, или печать на «самоклейке»**

**Тонкости изготовления стикеров**

Наклейки приобрели большую популярность. Они везде: в магазине, в транспорте, на авто. Но несмотря на простоту, в их производстве есть некоторые нюансы.

Вряд ли кому-то нужно объяснять, что такое рекламная наклейка. Их существует великое множество, и заказывают их для самых разных случаев. Одних только наклеек, которые любители наклеивают на автомобили, можно насчитать тысячи. В этой статье мы попытаемся классифицировать этот вид печатной продукции и расскажем об особенностях его производства.

**Общие требования**

Как любой рекламный материал, наклейки обладают некими потребительскими свойствами. Эти свойства определяются назначением самой продукции.

Привлекать внимание. Те, кто используют наклейки, рассчитывают на то, что такая реклама будет замечена. Для этого наклейки делают очень яркими и контрастными. И именно поэтому в большинстве случаев они печатаются на материале белого цвета.

Служить какое-то время. Наклейки, размещенные в определенном месте, должны выполнять свои функции некоторое время - то, которое нужно пользователю. Это вызывает определенные требования к материалу наклейки, к краске, которой нанесено изображение, к адгезии краски к материалу, состоянию клея и многому другому. Именно поэтому существует большое количество разных материалов.

Удерживаться на самых разных материалах. Если посмотреть каталог самоклеящихся материалов какого-либо крупного поставщика, можно найти десятки, а то и сотни различных вариаций даже одного вида материала. Причина проста: если один вид клея хорошо удерживает наклейку, например, на стекле, то совсем не обязательно, что он будет хорошо удерживать ее на дереве, особенно не покрытом лаком. Так что мало выбрать вид материала, желательно еще знать, на какую поверхность будет приклеиваться наклейка.

Легко сниматься, переклеиваться или, наоборот, держаться максимально прочно. Многие товары народного потребления еще на заводе обклеиваются рекламными наклейками. Понятно, что покупатель сразу захочет cнять их со своего телевизора или холодильника, а потому наклейка должна легко удаляться, причем без следов. А может стоять и обратная задача: чтобы наклейку было невозможно удалить без каких-либо следов. Так, бывает необходимо, чтобы одни наклейки можно было переклеивать многократно, а другие, наоборот, после одного отклеивания (или даже попытки) разрушались и их никакими силами нельзя было бы вернуть на место.

Понятно, что в большинстве случаев заказчик не знает, на что наклейка будет в конечном счете наклеена, и в этом случае приходится пользоваться некими универсальными материалами, но следует помнить, что специализированные материалы лучше. Поэтому, если заранее известно назначение наклейки (например, на стекло автомобиля), лучше подбирать специальные материалы.

Эти наклейки, призывающие принять участие в конкурсе или лотерее, наносятся на упаковку товара самим производителем. Поскольку акции носят временный характер (или проходят на ограниченной территории), печатать условия конкурса на самой упаковке нерентабельно. Выгоднее просто изготовить необходимое количество наклеек, которые размещают именно на лицевой стороне товара, чтобы их сразу заметили. Кстати, это еще один рекламный ход - возрастает шанс, что покупатель, привыкший к стандартной упаковке товара, невольно обратит на него внимание и, может быть, даже купит.

В общем, процесс подбора материалов для самоклеящейся продукции непростой. С другой стороны, многим можно и пренебречь, особенно если речь идет о простой рекламной наклейке. Так обычно и поступают. У типографии чаще всего интересуются, можно ли вообще напечатать такую продукцию и какие материалы имеются в наличии. А выбор делается только между прозрачным или непрозрачным материалом, а также его цветом.

А вот эта наклейка на батоне хлеба «чужая». Здесь один товар рекламируется на упаковке другого! Не беремся судить, насколько это правомочно, но использование батона хлеба в качестве рекламоносителя, по меньшей мере, оригинально

Такие рекламные наклейки можно встретить практически в любом продовольственном магазине, где-нибудь возле кассы. Процесс их производства прост: обычная офсетная печать и резка на одноножевой резальной машине. Если того требует сюжет, при печати можно использовать дополнительные краски

**Сюжеты**

О том, что можно печатать на наклейках, говорить можно долго. В принципе, при желании напечатать можно все что угодно. Но все же в большинстве случаев это штриховой рисунок, чаще всего логотип компании или торговая марка. Иногда встречаются и полноценные полутоновые изображения, достаточно вспомнить рекламные наклейки, размещенные в метрополитене. Это вообще один из самых ярких примеров стандартизации рекламной продукции. Оговаривается все: от размеров и ориентации сторон до вида использованного материала и способа печати. И хотя, скорее всего, это сделано с целью ограничения числа компаний, которые могли бы участвовать в производстве этой продукции, сам факт стандартизации налицо.

«Обязательные» наклейки на стекло автомобиля, с одной стороны, предупреждают, что данный автомобиль застрахован, а с другой - рекламируют страховую компанию, причем совершенно бесплатно (если не считать стоимости изготовления этой наклейки). Как правило, они выдаются при заключении договора страхования. Процесс производства этих изделий не очень сложен. Их печатают на специальном прозрачном самоклеящемся материале трафаретной машиной в одну-две краски. Сюжет при печати должен быть «зеркальным», поскольку на наклейку смотрят со стороны клеевого слоя.

Если резюмировать, то получается, что наклейки мало отличаются от другой печатной продукции и при их производстве также могут использоваться любые современные полиграфические технологии: дополнительные краски, серебро, золото, тиснение фольгой, лакирование и т. д.

**Способы производства**

«Необязательные» наклейки на стекло автомобиля. Их покупают сами владельцы машин, чтобы проявить свою индивидуальность. Изготовить такие наклейки довольно сложно. Обычно для этого используется сочетание офсетной и трафаретной печати. Офсетом на прозрачный самоклеящийся материал наносится некий сюжет (тоже в зеркальном виде), после чего вся сюжетная часть «закрывается» кроющими белилами, которые лучше всего наносить трафаретом, чтобы исключить прозрачность

Мы уже говорили, что для производства рекламных наклеек подходят разные способы печати. Но все же некоторые из них мы рассматривать не будем, например, глубокую печать, которая в настоящее время для печати по самоклеящимся материалам практически не используется. Флексографская и высокая печать, наоборот, очень часто применяются, правда, для изготовления самоклеящихся этикеток (в чем разница, читайте в справке). Не будем рассматривать и тампонную печать: при ее помощи хоть и можно изготовить рекламные наклейки, тем не менее, она больше подходит для других целей (печать на неплоских поверхностях). Остаются для рассмотрения три вида печати: офсетная (во всех ее вариантах), трафаретная и цифровая. На них и остановимся:

Традиционная офсетная печать. Этот способ подходит только для изготовления наклеек и только на бумажных самоклеящихся материалах. Но зато здесь можно использовать все преимущества технологии: скорость, возможность печати больших, средних и малых тиражей, высочайшее качество изображения (как штрихового, так и растрового). Изготовление прозрачных и полимерных наклеек невозможно. Печать по тонированным материалам сильно ограничена из-за прозрачности офсетных красок (на тонированном материале можно разве что напечатать одноцветное изображение черной краской).

Офсетная печать по невпитывающим материалам. Это «модификация» традиционного офсетного процесса, которая позволяет печатать на невпитывающих материалах (полимерах, металлизированной бумаге и т. д.) Основное отличие - в использовании специальных красок (закрепляющихся только полимеризацией). Этот способ имеет все преимущества офсета, но в добавление к этому позволяет печатать на полимерных материалах, в том числе и самоклеящихся. Технология очень часто используется для изготовления полимерных наклеек, но, к сожалению, сохранила часть ограничений офсета по печати на тонированных материалах. В принципе, можно печатать и на прозрачных материалах, но полноценного результата получить не удастся - опять же из-за прозрачности красок. Изображение будет малоконтрастным, особенно при просмотре «на просвет». Использовать «маскирующие белила» также затруднительно из-за сложностей с высыханием фолиевых красок (красок для печати по невпитывающим материалам).

Офсетная печать с УФ-отверждением. Еще один подвид офсетной печати, когда краски практически мгновенно закрепляются УФ-излучением. Это позволяет при необходимости наносить одну краску на другую с предварительным высушиванием предыдущей. В частности, наносить в нужные места белила, в том числе и в качестве маскирующих, что делает возможным печать на прозрачных и тонированных материалах. При печати на прозрачных материалах можно добиться высокого контраста изображения даже «на просвет», если изображение закрыть в нужных местах кроющими белилами. То же самое можно сделать и на тонированных материалах, сделав «белую подкладку» (подробнее см. «Формат» №3–06). Ну и, естественно, благодаря быстрому высыханию этот способ можно использовать для беспроблемной печати любых полимерных наклеек очень высокого качества.

Трафаретная печать. Очень хороший способ для изготовления самоклеящихся наклеек самого разного вида. Правда, все же лучше печатать таким образом этикетки со штриховым изображением. Известно, что растровая печать трафаретным способом получается несколько хуже, чем при офсетной печати. Но зато кроющие возможности трафарета могут помочь изготовить очень яркие наклейки, в том числе на цветных и тонированных материалах. Эта технология позволяет печатать белой (или другой светлой) краской на темном или даже черном материале. Поскольку трафаретная печать по производительности несколько медленнее, чем офсетная, изготавливать большие тиражи проблематично. Впрочем, оборудование для трафаретной печати может быть очень большого формата, а это позволит несколько скомпенсировать невысокую производительность.

Еще одной важной особенностью этого способа можно считать возможность нанесения относительно толстого слоя краски, что бывает необходимо для наклеек, которые подвергаются интенсивным физическим воздействиям.

Цифровая печать. Можно печатать наклейки и «цифрой». Но здесь масса ограничений. В основном печатать можно только на «сертифицированных» материалах, которых не так много и они недешевые. Делать наклейки при помощи цифровой печати целесообразно только при совсем небольших тиражах с полутоновыми сюжетами. Печать на прозрачных и тонированных материалах имеет такие же ограничения, как и при офсетной печати.

Прочие виды печатных и отделочных операций. На самоклеящиеся материалы изображение можно наносить и при помощи различных видов тиснения, например, тиснения фольгой. Это позволяет получить очень интересные графические эффекты, особенно в сочетании с насыщенной (например, трафаретной) печатью. Но для тиснения необходимо изготавливать штампы, и это может быть выгодно только в случае больших тиражей или эксклюзивности изделия.

**Наклейки и самоклеящиеся этикетки: сходство и различия**

Кажется, что наклейки и самоклеящиеся этикетки – одно и то же. Они изготавливаются из запечатанного самоклеящегося материала и в итоге на что-то наклеиваются. Но различия есть: тиражи и способ наклеивания. У рекламных наклеек тиражи, как правило, небольшие - несколько тысяч экземпляров, хотя бывают и исключения (если, скажем, наклейка является бесплатным вложением в пачку детской жевательной резинки, то тиражи могут быть миллионными). Самоклеящиеся этикетки в большинстве случаев изготавливаются огромными тиражами.

А главное отличие - в способе наклеивания. Этикетки приклеиваются при помощи автоматизированных устройств, поэтому их обычно делают в виде больших рулонов, которые и заряжаются в специальный этикетировочный автомат. Рекламные наклейки наклеиваются вручную, и, как следствие, изготавливаются в виде отдельных экземпляров, причем с заранее предусмотренными надсечками, облегчающими отделение защитного слоя.

Так что, несмотря на сходство, самоклеящиеся этикетки и рекламные наклейки - разные виды печатной продукции, и их изготовлением занимаются разные типографии. Для производства самоклеящихся этикеток должно быть налажено узкоспециализированное производство. Именно там и надо заказывать подобную продукцию. А вот изготовить рекламную наклейку такое предприятие, скорее всего, не сможет или это будет очень дорого. Наклейки лучше заказывать в универсальных типографиях, которые, наоборот, за изготовление самоклеящейся этикетки вряд ли возьмутся.

Можно печатать и при помощи традиционных офисных средств: лазерных и струйных принтеров, плоттеров. Но ограничений здесь еще больше, чем при промышленной цифровой печати, и объясняются они как раз допустимыми к использованию материалами, а в случае со струйной печатью - еще и ограничениями по использованию (оттиски струйной печати сильно подвержены влиянию влаги).

Это тоже рекламная наклейка, причем к ней предъявляются сложные технические требования. Она должна быть очень устойчивой к атмосферным воздействиям - выдерживать мойку, в том числе механическую, противостоять воздействию УФ-излучения (не выгорать). К тому же она содержит полутоновые изображения, а значит, использовать трафаретную печать при ее изготовлении не удастся. Да и тираж у такого заказа штучный (скорее всего, таких автомобилей у компании единицы, в крайнем случае - десятки). Похоже, что наилучший способ - использовать цифровую печать на специальных широкоформатных плоттерах чернилами на органических растворителях.

Простейшая наклейка, отпечатанная в одну краску на полимерном материале. Для ее изготовления подойдет любой тип печати

Эти наклейки не являются рекламными, но, тем не менее, часто заказываются в комплекте для оформления мест продаж. Они наносятся на образцы товара, выставленные в торговом зале

**Отделка**

Печатью наклеек тем или иным способом процесс изготовления не заканчивается. Наклейке нужно еще придать «товарный» вид. Если требуются простейшие прямоугольные наклейки, то их можно нарезать на обычной одноножевой резальной машине. Но здесь необходимо предусмотреть возможность отделения защитного слоя. Лучше всего, если он будет заранее надсечен. Иначе отделить его будет довольно сложно. Конечно, это в первую очередь проблема тех, кто такой наклейкой будет пользоваться. Но все же стоит позаботиться о потребителе - он это оценит.

Наклейки могут быть не только рекламными, они могут быть предназначены и для продажи в розничной сети. И несмотря на то, что на фото представлен альбом все же рекламный, он может заинтересовать многих школьников, которые с удовольствием бы купили эти наклейки для личного пользования.

Это наклейки предназначены для размещения в транспорте, например, в метро или, как в данном случае, в пригородном поезде. К ним предъявляются особые требования по виду используемого материала и легкости нанесения

Если же нужны наклейки сложной формы, придется использовать высечку, а точнее - надсечку (прорезается только один слой самоклеящегося материала). Для надсечки наклеек необходимо изготовить штамп, который практически ничем не отличается от штампа для высечки. Высечка осуществляется на специальном оборудовании. В принципе, можно использовать машины, предназначенные для высечки, но они должны позволять осуществлять тонкую регулировку давления, иначе получить качественную надсечку невозможно.

Впрочем, есть и отделочные процессы «в линию». Некоторые компании предлагают установку специальных модулей для высечки прямо на печатную машину. Тогда процесс изготовления наклеек становится довольно простым. Печать и отделка происходят одновременно. Используя специальный штамп, можно не только надсекать наклейки, но и нарезать их на отдельные экземпляры. Но штампы здесь тонкие металлические, удерживаемые специальными магнитными цилиндрами.

Все сказанное в статье предназначено для тех, кто подумывает о заказе наклеек. Важно понимать, что это отдельный вид печатной продукции и заказывать ее нужно там, где с этой работой хорошо знакомы.

Самоклеящуюся продукцию печатают многие, тем не менее, профессионально этим занимаются далеко не все компании. Тем, для кого важны наклейки хорошего качества, не стоит все-таки забывать, что при их изготовлении есть множество технологических особенностей, которые нельзя не учитывать.

С заказами на рекламные наклейки мы сталкиваемся не очень часто, но регулярно. Этот вид продукции составляет примерно один процент наших заказов. Тем не менее, мы всегда готовы выполнить такую работу качественно и быстро. Обычно наклейки заказывают в комплекте продукции для оформления мест продаж, но бывает, заказывают только их.

Все виды наклеек, которые нам приходилось изготавливать, можно условно разделить на две группы: те, которым требуется надсечка (или вырубка), и те, которые просто разрезаются на резальной машине. Наклейки бывают либо прямоугольные, либо сложной формы. Мы владеем технологией изготовления обоих вариантов, но чаще приходится сталкиваться с обычными прямоугольными. Причина, скорее всего, финансовая: наклейки сложной формы значительно дороже, поскольку требуют дополнительной технологической операции (надсечки), для которой к тому же надо изготавливать штамп.

Что касается печати, то у нас все давно отлажено, и качество получается стабильным, хотя для печати по самоклеящимся материалам, даже полимерным, мы пользуемся обычными офсетными красками (а не специальными фолиевыми). Это позволяет не перемывать печатную машину и справляться с такими заказами быстро (и дешевле). Чтобы избежать проблем с высыханием офсетной краски на полимерных материалах, мы все наклейки обязательно лакируем.

В остальном производство наклеек мало отличается от другой полиграфической продукции, разве что требует от печатников большего внимания при приладке и печати. Ведь самоклейка - материал дорогой, так что чем больше его удастся сэкономить, тем лучше.

**Печать и отделка наклеек «в линию»**

На полиграфическом рынке предлагается большое количество устройств, которые позволяют изготавливать наклейки небольшими тиражами. Это струйные плоттеры с дополнительными ножами для надрезки одного слоя самоклеящегося материала. Плоттер сначала печатает необходимое количество наклеек, затем проматывает полотно назад и начинает наклейки «вырезать». Но прорезается материал только до середины (точнее - до рабочего слоя самоклеящегося материала). В итоге получается полотно, с которого можно легко отделить необходимое количество наклеек.

Ограничения такого способа: можно делать только малые тиражи (не больше нескольких сотен), низкая производительность (плоттер печатает медленно) и трудности с разделением полотна на отдельные наклейки (скорее всего, придется разрезать руками). Но при этом наклейки получаются очень высокого качества - даже выше, чем при печати на хорошей офсетной машины. Такая технология очень удобна для изготовления пробной партии наклеек или для печати малых тиражей.

Можно, конечно, использовать «стороннее» устройство, но для многих рекламных агентств выгоднее иметь такую машину у себя. Она довольно универсальна.

**Материалы для наклеек**

Как уже упоминалось, существует огромное количество самоклеящихся материалов с самыми разными свойствами. Большинство из них используется в промышленности или для производства самоклеящихся этикеток (это отдельная отрасль полиграфии, но к теме данной статьи она отношения не имеет).

Для производства рекламных наклеек следует знать лишь основы науки о самоклеящихся материалах. Первое, что нужно учесть, - к какой группе должен относиться материал, на котором собираются изготавливать наклейку. Затем нужно выбрать цвет материала, степень прозрачности, определиться с защитным слоем.

Специальные наклейки, предназначенные для размещения в местах, где работают с кредитными карточками (кассы в магазинах, кафе или банкоматы). Главными особенностями таких изделий является требование очень сильной адгезии к поверхности (чтобы затруднить злоумышленникам возможность удаления наклейки с банкомата); высокая атмосферная устойчивость (банкоматы часто стоят на улице), специальным образом обработанная поверхность (чтобы затруднить нанесение надписей на наклейку)

Что касается материала, из которого делаются наклейки, то он может быть либо бумажным, либо полимерным. Есть и другие варианты, например, кожа или пробка, но мы их рассматривать не будем по причине небольшого распространения. Бумажные материалы заметно дешевле полимеров, на них легко печатать всеми известными способами, включая офисные принтеры. Правда, бумага подвержена воздействию влаги и для использования вне помещения не подходит. Либо подходит, но с оговорками. Если нужна наклейка, которая должна провисеть на улице один-два дня, то подойдет и бумажная, но большего от нее требовать не стоит. Кроме того, бумажные наклейки, как правило, плохо отделяются и переклеиваются. Поэтому, если требуется съемная наклейка, лучше, чтобы она была полимерной.

И бумажные, и полимерные самоклеящиеся материалы бывают не только белые, но и цветные. Цветные материалы удобно использовать, если хочется немного сэкономить на печати. Например, выбрав желтый люминесцентный материал и напечатав на нем изображение черной краской, можно получить очень яркую, издали заметную наклейку, причем без больших затрат.

А вот если необходимо использовать прозрачные материалы, то речь пойдет только о полимерах. Выбирать придется как по степени прозрачности (а значит, заметности на наклеиваемой поверхности), так и по цветовому оттенку. Многие прозрачные полимеры обладают определенным оттенком и при наклеивании на белую поверхность становятся заметными.

Есть также материалы, специально предназначенные для наклеивания на стекло. Здесь важна и рецептура клея, и отделка поверхности. У некоторых материалов прозрачность и глянец поверхности подобраны таким образом, что они практически не заметны на стекле.

Подобные рекламные наклейки предназначены для нанесения на упаковку с товаром. Но в отличие от продемонстрированных ранее, они выполнены в виде самоклеящейся этикетки на специализированном оборудовании. Причина - очень большой тираж.

**Краткая история «самоклейки»**

Первую самоклеящуюся этикетку в том виде, в котором мы привыкли ее видеть, изобрел в 1935 г. Стентон Эвери - молодой предприниматель из Лос-Анжелеса (США). На эту идею, по слухам, его натолкнуло наблюдение за уличной торговлей, которая была тогда основной (супермаркетов еще не было). Каждое утро торговцы цветами, овощами, фруктами выставляли свою продукцию прямо на улицах и наносили на товар отпечатанные литографией этикетки (иногда даже цветные), привлекающие внимание покупателей. Однако прикреплять этикетки к товару было сложно и долго: использовалось нечто похожее на резиновый клей.

Вот Стентон Эвери (создатель компании Avery Dennison) и придумал, как облегчить этот процесс. Просто заранее нанести клей на этикетку и защитить его на некоторое время от высыхания. Пользователь удаляет защиту с клеевого слоя и легко приклеивает этикетку, куда ему нужно.

Специальные «клубные» наклейки обычно служат пропуском в какое-нибудь заведение. Они наклеиваются на одежду, после чего должны держаться в течение всего мероприятия и при этом не оставлять следы клея на одежде

В отделке этих прозрачных наклеек использовано тиснение дифракционной фольгой

Липкие ленты в то время уже существовали, но нужно было пойти дальше - придумать метод предохранения клейкого слоя на время. Так и было сделано. Кстати, в то время этикетки назывались не самоклеящимися (Self adhesive), а чувствительными к нажатию (Pressure sensitive), но сути дела это не меняет.

Первые самоклеящиеся этикетки появились на рынке под торговой маркой Kum Kleen и оказались очень ходовым товаром, так что «бизнес пошел». Вскоре пришлось создавать целую индустрию по производству самоклеящихся этикеток. Были разработаны высечка и надсечка, ротационная высечка, технология нанесения синтетических клеев, технология «силиконизирования бумаги» и др.

Конечно, изобретение было сделано не на пустом месте. Липкие ленты существовали на рынке с конца 1890-х гг. Одну из первых изобрел доктор Оскар Тропловиц, работавший в фармацевтической лаборатории компании Beier-sdorf и разрабатывавший привычный всем ныне пластырь. Главной проблемой было создать клей, который бы хорошо удерживал пластырь на коже, но при этом ее не раздражал. В результате разработок удалось решить только первую часть проблемы. Хороший клей был создан, но для контакта с кожей он не годился. Однако изобретение все же выпустили на рынок, но совершенно для других целей - это была первая коммерческая липкая лента и предназначалась она для ремонта проколотых велосипедных колес!

А общим итогом этого изобретения стало появление компании Tesa.

**Виды клеев для самоклеящихся материалов**

Пример сложных рекламных наклеек. Здесь два рабочих слоя, что позволяет проводить одновременно несколько маркетинговых мероприятий. В частности, организовать мгновенную лотерею, причем отдельно для детей и для взрослых. У верхней части наклейки две снимаемые части (условно «детская» и «взрослая»). Под каждой из них - результаты лотереи. Технологически наклейка выполнена на очень высоком уровне. Например, если верхний слой уже отклеен, его невозможно вернуть на место (он не приклеивается). Это сделано специально для того, чтобы нельзя было заранее отобрать выигрышные лотерейные билеты. При этом отделяемый слой можно использовать как обычную наклейку с сюжетами из мультфильмов и легко нанести на любую другую поверхность.

Как мы уже говорили, существует много разных самоклеящихся материалов. Однако у всех есть одна общая и очень важная характеристика, а именно - тип используемого клея. Зачастую именно это определяет возможность применения материала в тех или иных случаях. Наиболее часто встречаются следующие типы клеев:

Перманентный. Применяется в случаях, когда наклейка должна оставаться на рабочей поверхности в течение всего срока службы и прочно на ней держаться. Это наиболее распространенный тип клея, используется, когда не предъявляется каких-то особых требований к клею. Легко приклеивается при комнатной температуре.

Полуперманентный. В принципе, этот тип клея мало чем отличается от предыдущего. Но он специально разработан для наклеек малого формата. Правда, он обладает несколько меньшей липкостью в момент приклеивания на требуемую поверхность. Однако через некоторое время прочность склеивания усиливается. Это сделано для того, чтобы в момент наклеивания материал не сильно прилипал к пальцам.

Особо прочный. Специальный клей, разработанный для наклеек, «сопротивляющихся отделению» - чтобы невозможно было незаметно их отклеить. Сильная клейкость уже в момент приклеивания и очень прочное окончательное соединение с поверхностью практически любого материала, включая нестандартные и шероховатые (например, картон). Материалы с таким клеем заметно дороже.

Смываемый водой. Этот клей может применяться, например, для производства этикеток на бутылки повторного использования. Этикетки удаляются погружением в воду при температуре 65°С (или 45°С с добавлением 5% каустической соды). После такой процедуры этикетки сходят без следа.

Морозостойкий. Предназначен в первую очередь для производства наклеек на упаковку замороженных продуктов питания, хотя используется и для рекламных наклеек, которые предполагается размещать на улице в холодное время года. Важно заметить, что традиционные самоклеящиеся материалы с перманентным клеем на морозе теряют липкость.

Слабой клейкости (для многоразовых наклеек). У этих материалов очень низкая клейкость в момент приклеивания. Остатки клея легко стираются. Могут приклеиваться на мелованную бумагу и сниматься с нее без повреждения бумаги. Имеют возможность многократного переклеивания. Правда, через некоторое время эта способность пропадает.

Съемный. Обладает довольно хорошей способностью к приклеиванию при любом времени контакта наклеенной этикетки с поверхностью, при этом, если возникнет необходимость, позволяет легко отделить этикетку без нарушения структуры поверхности и без каких бы то ни было следов. Легкость удаления зависит от вида поверхности, на которую приклеено изделие. Особо рыхлые поверхности (например, немелованная бумага или картон) могут быть слегка повреждены при отделении наклейки.

Перманентный для пластиковых поверхностей. Разновидность перманентного клея, но специально разработана для сложных полимеров (полиолефина, фторопласта и т. д.), адгезия к которым обычных клеев может оказаться недостаточной.

Перманентный для влажных поверхностей. Позволяет наносить наклейки на влажные и мокрые поверхности.

**Клеевой защитный слой**

Любой самоклеящийся материал состоит как минимум из трех слоев: самого материала наклейки, клеевого и защитного слоев. Поскольку клей на таком материале всегда готов к использованию, то для того, чтобы материал не склеивался, клеевой слой защищают специальным слоем. Он может быть как бумажным, так и полимерным. Он должен легко отделяться от клеевого слоя, но при этом прочно держаться на нем при транспортировке материала и его обработке (например, при печати). Это непростая задача, и корректно ее решать могут только профессионалы.

При выборе того или иного самоклеящегося материала следует иметь в виду, что защитный слой может быть как сплошной, так и заранее надсеченный (надрезанный определенным образом) для того, чтобы его легче было отделить.

При изготовлении наклеек часто применяют простейшую технологию: офсетная печать по самоклеящемуся материалу с последующей разрезкой на обычной одноножевой резальной машине. После этого отделить защитный слой становится очень сложно, особенно если самоклейка бумажная. В процессе резки волокна бумаги могут слегка сцепиться друг с другом, особенно если нож у резальной машины недостаточно острый. Если же защитный слой заранее надсечен, то достаточно будет только слегка согнуть наклейку, и защитный слой сам начнет отделяться как раз по направлению надсечки.

Типовая рекламная наклейка с фигурной надсечкой сложной формы по контуру Кстати, это необычное вложение в глянцевый журнал. Одновременно выполняет функции и рекламной полосы, и рекламной наклейки, которую можно куда-нибудь приклеить Эта наклейка-этикетка напечатана на цифровой машине, причем на прозрачном материале с использованием белой подложки

Необходимо учитывать, что вид и форма надсечек бывают разные, и надо выбирать то, что подойдет в каждом конкретном случае. Определить это довольно просто: размер надсечек должен быть таким, чтобы они попадали на каждое изделие, размещенное на листе. Их не должно быть очень много (будет сложно снимать защитный слой), но попадать надсечки должны на каждый экземпляр. Оптимально, если на всю наклейку приходится один-два надреза.

Это уже не наклейка, а целый буклет в виде книжки, рекламирующий ночной клуб. Внутри можно обнаружить картинки с «защитной» самоклеящейся калькой. Только отклеив три «защитные» наклейки, можно увидеть все изображение. Это своего рода игра: девушек можно «раздевать» постепенно. Более того, клеевой слой на всех внутренних частях наклейки легкосъемный, что позволяет вернуть все в первозданный вид и «раздевать» девушек многократно! Технологически изготовить такую продукцию очень сложно, для этого требуется специальное оборудование. Насколько нам известно, в России ничего подобного не производится. Да и вряд ли это изделие можно считать наклейкой, хотя оно и было приклеено к упаковке товара в японском супермаркете. Это наглядный пример использования «чужих» технологий в рекламе – «наклейки-книжки» широко применяются в фармацевтике.