**Широкая форматка**

За последние год-полтора объёмы по широкоформатной печати выросли в несколько раз. Многие клиенты оценили преимущества фотопечати перед выклейкой: возможности исполнения, скорость изготовления, устойчивость в различных условиях эксплуатации.

Однако важно заметить, что фотопечать в условиях нашего климата оптимально использовать в течение 1- 2 лет в зависимости от сезона начала эксплуатации полотна. Поскольку материалы и краски для печати используются, как правило, китайские, т.е. не самого лучшего качества, то в условиях «агрессивного» солнца к концу второго года эксплуатации краски тускнеют, баннер желтеет и всё в таком духе … Поэтому, если дизайн не сложный и хочется, чтобы вывеска прослужила дольше, лучше использовать виниловые плёнки, и желательно, немецкие. Яркий пример вышеописанного явления – вывеска салона «VITELLE» (ориентир – Госпитальный рынок, 9–тиэтажки вдоль дороги), где последняя буква названия выполнена оракалом.

На сегодняшний день в Ташкенте практически каждая вторая рекламная компания предоставляет услуги по широкоформатной печати – сюда относятся как компании, имеющие собственное оборудование, так и посредники.

Цены на широкоформатную печать колеблются от 10 000 сум до 18 000 сум за 1 кв.м. печати – на баннере, и от 12 000 сум до 20 000 сум за 1 кв.м. печати – на оракале. Цена зависит от многих факторов - объёма печати, сроков, качества материалов, налогообложения компании- Исполнителя и т.д., но в любом случае договориться можно всегда и везде (было бы желание).

Как правило, во всех печатающих компаниях файлы к печати принимаются в формате TIF, разрешение «машин» в среднем от 200 до 720 dpi.

К сожалению, многие клиенты (что, в принципе вполне естественно) не компетентны в вопросах, относящихся к печати, но не многие это понимают и обращаются к специалистам; многие клиенты боятся столкнуться с посредниками, т.к. у посредников цены бывают несколько выше. Для такого рода Заказчиков существует простая народная рекламная мудрость: «Скупой платит дважды». Вы можете возразить, что финансы не терпят халатности и всегда есть бюджет, за рамки которого выходить нельзя, НО Вы же прибегаете к консультации врача прежде, чем принимать лекарства, и советуетесь с бухгалтером или юристом, потому что каждый должен заниматься своим делом.

Сделаем небольшой обзор факторов, влияющих на качество печати:

Во-первых, ИСХОДНИКИ – фотографии, широко распространенные у нас клипарты, файлы и т.д. Частенько Заказчики на предложение о дизайне отвечают, что дизайн у них есть и приносят «чудные» картинки, скаченные с Интернета (особенно это «болезнь» Заказчиков, связанных с интернет-бизнесом), журналы или простые привьюшки, а потом долго удивляются, когда им говорят, что печатать ЭТО нельзя или же печатная продукция будет несовместима со словом «качество»;

Во-вторых, подготовка файла – этот фактор часто зависит от настроения и профессионализма Вашего дизайнера. Это ещё один пример, когда желательно обращаться к специалистам, т.к. они, в отличие от Вас, занимаются подобными вещами постоянно.

В-третьих, разрешение печатающего плоттера – ясно, что чем выше разрешение «машины», тем лучше и чётче будет тот незабываемый образ, который Вы хотите отобразить в своей рекламе. При этом не следует забывать функциональное назначение Вашего рекламного полотна и учитывать расстояние, с которого будут на это полотна смотреть. Если вы хотите небольшой постер для рассмотрения с близкого расстояния (например, для оформления небольшой торговой точки или для размещения рекламы внутри помещения), лучше, конечно, чтобы разрешение было выше (не менее 400 dpi).Если это большое полотно – бредмауэр или биллборд, то очень высокое разрешение не является необходимым, хотя следует учитывать детальность изображения.

В-четвёртых, техническое состояние и характеристики «машины»: само собой, чем новее машина, тем лучше. Кроме того, качество печати зависит от состояния «головки» машины, например, полосы или даже капли свидетельствуют о неисправном состоянии «головки», её загрязненности и т.д. К сожалению, неопытный человек не может оценить техническое состояние машины и поэтому приходится полагаться на печатников.

В-пятых, материал, на котором Вы собираетесь печатать. Существует множество материалов –основ, на которых можно печатать: баннеры, виниловые плёнки, фотобумага, ткань и т.д.

Особой популярностью пользуются баннер и оракал (виниловая плёнка), далее ткань и фотобумага.

При выборе материалов следует учитывать особенности печатаемого изображения и функциональное назначение печатной продукции.

Например:

БАННЕР – может быть светопропускающий – для световых коробов, и обычный. Кроме того, в зависимости от размеров полотна, наличия или отсутствия каркаса, ожидаемого срока службы, места расположения и других критериев толщина используемого баннера может быть различна. Так для большого полотна желательно использовать баннер поплотнее, но не слишком, иначе могут возникнуть сложности при монтаже.

Если вы используете каркасную конструкцию на деревянной основе с оргалитом, то плотный баннер вообще ни к чему, поскольку, во-первых, есть оргалитовая основа, а во-вторых, сама конструкция не долговечна, нет смысла использовать плотный баннер. В случаях, когда изображение включает в себя однотонные плашки, следует использовать полуглянцевый баннер, если же картинка «рябая», то глянцевый баннер – то, что нужно.

Маленький совет: при разработке дизайна полотна старайтесь учитывать климатические условия. Так, если Вы вывешиваете баннер весной или летом и хотите, чтобы он подольше продержался, желательно избегать белого и красного цветов, т.к. белый – это незапечатанный баннер (наше солнце «не держит»), а красный – вообще капризный цвет. Также не следует давать большие и слишком тёмные (до черного) участки – темные цвета притягивают тепло, баннер сильно нагревается (простая физика).

ВИНИЛОВАЯ ПЛЕНКА – никогда не печатайте на китайской пленке – выкинутые деньги. В зависимости от наличия плашек (сплошного залитого цвета) нужно выбирать глянцевый или матовый материал. Кроме того, следует помнить, что виниловая плёнка – материал более плотный, чем баннер, и имеет более гладкую поверхность, поэтому краска впитывается хуже, и изображение (особенно светлые и составные цвета) состоит из сплошных точек.

В-шестых, компетентность и внимательность оператора плоттера (другими словами, печатника). К сожалению, даже при условии, что все выше перечисленные параметры будут учтены, если печатник невнимательный или неопытный, то результат может получиться плачевным. На нашем опыте были случаи, когда с одного и того же файла делались пробы в нескольких местах, и в результате все пробы были «одна лучше другой». Это происходит потому, что, как правило, некомпетентные собственники оборудования нанимают дешевую рабочую силу – молодых неопытных людей. Они в свою очередь считают, что всё зависит только от файла. Вот и получается, один и тот же файл или слишком красный или синий, а крайним остается Заказчик.

Каждый оператор плоттера должен знать особенности своей «машины» и вовремя замечать любые погрешности – капли, полосы и т.д. Бывает так, что в начале файла используется, например, только синий и красный, а в конце появляется желтая деталь, и если головка с желтой краской засохла и не была вовремя прочищена, все полотно будет испорчено, т.к. эта деталь пропечатается не сразу, а с дефектами.

В силу всего перечисленного хочется сделать несколько замечаний:

- ВСЕГДА старайтесь сделать пробы печати, обязательно с утвержденного файла и на том материале, на котором будет печататься весь объём

- НЕ БОЙТЕСЬ обращаться к специалистам даже в случае, если это посредники, т.к. условия рынка таковы, что и собственники оборудования и посредники дают цены примерно одного диапазона. В некоторых случаях это даже удобнее, т.к. посредники знают рынок лучше Вас, у них уже налажены связи, больше опыта и времени для Вас – это их работа.

- СТАРАЙТЕСЬ по возможности работать с одной компанией, поскольку со временем появляется определённое взаимопонимание и Исполнитель уже знает Ваши требования, условия работы и подход.