**Этикетка - идентификатор подлинности товара. Как ее защитить?**

В последнее время проблема фальсификации этикетки и товарной упаковки стоит наиболее остро. Объектом массовой фальсификации в теневом секторе экономики стала не только импортная, но и отечественная пищевая продукция. Не говоря о моральном и материальном ущербе производителя, самый тяжелый удар падает на потребителя.

Несмотря на обозначившуюся тенденцию фальсификации, единой системы защитных мер не существует. Производители в силу своего понимания проблемы, финансовых возможностей и технологической компетенции самостоятельно решают проблемы защиты продукции от фальсификации или игнорируют проблему как таковую.

Почему говоря о защите продукции от подделки, мы акцентируем внимание именно на этикетке? Этикетка - это наиболее простой и доступный способ подделки. И, одновременно, это чрезвычайно эффективный способ защиты продукции от фальсификации и средство идентификации подлинности товара.

"Уникальная защита или 100-процентная гарантия". Мы предлагаем уникальную, патентованную защиту "\*\*\*"\ разработанную Минобороны, ФСБ, Пентагоном, НИИ "\*\*\*" (возможны варианты). Только защита "\*\*\*" даст вам 100-процентную гарантию от подделки и решит все ваши проблемы.

"Объективность" подобного предложения сомнительна. 100-процентной гарантии от подделки не существует. То, что выполнено одним производителем, рано или поздно может быть повторено другим.

Высокотехнологичные защиты сложны для фальсификатора, их подделка менее вероятна. Однако на все 100 % гарантирован от подделки только тот товар, который никому не нужен.

Тезис об уникальности и абсолютной надежности защиты порождает у производителя иллюзию, что проблему можно решить раз и навсегда. Дорого, но надежно.

Увы, даже если предлагаемая защита полиграфического продукта на сегодняшний день действительно уникальна и эффективна, эта уникальность не продержится и года. Дольше удержать монополию на новые технические разработки не удастся. Вся мировая практика защитных технологий это подтвердила. Самая совершенная защита является гарантией для производителя только на время.

Самые совершенные способы защиты в одиночку малоэффективны. Надежный контроль подлинности продукции и защита от подделки обеспечиваются только защитным комплексом. Почему?

Во-первых, одна и та же защита не может одинаково эффективно функционировать и в условиях неконтролируемого окружения (покупатель), и в условиях контролируемого окружения (специалисты организации обращения товара), и в условиях профессионального окружения (органы сертификации и контроля, органы экспертизы). Иначе говоря, в комплекс должны входить открытые, скрытые и лабораторные защиты. Если же надежное функционирование защиты на различных уровнях обращения не обеспечено, она не может считаться эффективной.

Во-вторых, одна защита крайне редко сочетает в себе одновременно возможности визуального, сенсорного и приборного контроля, не говоря уже об автоматическом контроле подлинности. Соответственно эффективное функционирование защиты на различных уровнях контроля также не обеспечивается.

Тезис о "волшебных", уникальных защитах порождает легенды об абсолютной безопасности. Так, по сей день бытует утверждение "Голограмма -лучшая защита, потому что ее невозможно подделать в принципе". Это было бы замечательно, если бы в реальной практике дешевый китайский фальсификат не разрушил красивый миф. Уже не редкость и фальшивые голограммы отечественного производства. И тезис о невозможности их подделки только облегчает "проходимость" достаточно посредственного фальсификата. Раз нельзя подделать и внешнее сходство имеется, значит, перед нами подлинник. Следовательно, ставка на "неповторимость", "уникальность", "абсолютную надежность" - опасное заблуждение. Кстати, отнюдь не дешевое. Именно следование этому заблуждению подкрепляет тезис "о бесполезности всех защит".

Какие проблемы могут возникнуть при выборе защиты? В конечном итоге все давно известно, принципиально ничего нового придумать нельзя: или защитные краски (ИК, Уф, токо-проводящие, термочувствительные, ароматические и т.д.), или графические защиты (микрографика, защита от копирования, скрытые изображения), или постпечатные защиты (голограммы, спецзащитные знаки, голографическая фольга, машиночитаемые метки и т. д.).

Методы и формы защитных мер проверены временем. Появление новых модификаций укладывается в классическую схему защитного алгоритма. Все действительно просто, если:

Первое. Защитный комплекс изделия сбалансирован, обеспечивает эффективный контроль подлинности различными методами и на различных уровнях обращения товара с учетом реальных условий его обращения.

Второе. Применяемые защитные материалы являются клиентскими.

Эти два момента действительно принципиальны.

И тем не менее можно обвешать упаковку защитами "как елку", но защитный комплекс не будет работать. Допустим, применен набор защит, из которых все - приборно-контролируемые. А в местах обращения продукта нет приборов для контроля и нет персонала, умеющего с ними обращаться. Или: все открытые защиты визуально контролируемы, что для потребителя очень удобно и эффективно. Но если возникло подозрение на фальсификат, а скрытых приборно или автоматически контролируемых защит нет, как принимать решение? Субъективно, на уровне "похоже, не похоже"?

Другой момент. При изготовлении упаковки или этикетки применен защитный материал. Защита эффективна, надежна, полностью соответствует реальным условиям обращения товара. Но... Является ли эта защита собственностью товаропроизводителя? Клиентская ли эта защита?

Практически все защитные материалы выпускаются производителями в двух формах: standard и customizd, при этом защитные свойства материалов одинаковы. Единственное отличие в том, что клиентские материалы создаются с уникальной композицией только под данного заказчика (индивидуальная цветовая реакция, индивидуальные добавки и специальные эффекты). Производитель гарантирует, что материал с заданной композицией поставляется только данному клиенту и данная композиция защитного материала является его собственностью.

Стандартные же материалы, обладая прекрасными защитными свойствами, являются доступными для всех. Производитель с полным правом может поставлять их третьим лицам. Соответственно фальсификатору ничего не нужно подделывать, ничто не мешает ему повторить защитный комплекс, приобретая те же материалы. При этом зачастую, фальсификатор располагает большими, чем производитель, средствами для изготовления упаковки и этикетки. Он не испытывает трудностей при повторении самого высокотехнологичного изделия, хотя это и дорого.

Защитный комплекс обязательно должен содержать ноу-хау на технологии и материалы. Если технология и материалы изделия очевидны и доступны, фальсификат не замедлит вскоре появиться.

При этом защищать от подделки желательно не только этикетку или упаковку, но и собственно продукт. Это отдельная область знаний и технологий. Такой комплексный подход к защите соответствует интересам товарного рынка. Но нельзя противопоставлять защитные концепции друг другу. Как упоминалось выше, в подавляющем большинстве случаев этикетка и упаковка в силу своих потребительских свойств в процессе обращения является естественным единственным идентификатором подлинности товара.

Из всего вышесказанного вытекают основополагающие принципы обеспечения надежности защитного комплекса упаковки и этикетки.

• Обеспечение защиты этикетки (упаковки) от фальсификации без увеличения базовой стоимости упаковки невозможно. В то же время дороговизна примененного защитного комплекса не гарантирует его высокую надежность, и наоборот, даже при минимальном удорожании стоимости базового изделия возможно достижение эффективной защиты изделия. И все-таки за защиту от подделки надо платить.

• Эффективный защитный комплекс гарантирует защиту от фальсификации, но лишь на время. Защита этикетки и упаковки от подделки - не разовое мероприятие, но постоянный процесс. Как и товар в условиях рыночной конкуренции, защитный комплекс должен постоянно совершенствоваться в условиях криминальной конкуренции.

• Защита товаров от подделки -задача негосударственная. Государство борется с фальсификаторами, но не с фальсификацией. Государству нужны добросовестные налогоплательщики, потребителю - доброкачественный продукт. Все остальное - забота производителя. Любые законодательные инициативы, осложняющие жизнь фальсификаторам, не защитят этикетку или упаковку этикетку от подделки, поэтому защита продукции - удел производителя.

• Уникальных, длительных защит не существует, потому что недолговечна технологическая монополия. Поэтому не бывает и способов, гарантирующих стопроцентную защиту от подделки. Ставка на уникальность, как и на универсальность защиты, не оправдана. Ни одна самая высокотехнологичная защита не в состоянии одинаково эффективно защитить упаковку и этикетку от подделки на всех уровнях и во всех условиях обращения. Надежность защиты обеспечивается только защитным комплексом изделия.

• Защитные материалы и технологии обеспечивают надежность защиты от подделки только в клиентском исполнении. Стандартные защитные материалы могут выполнять лишь функцию дополнительной защиты. Этикетка, выполненная только с применением стандартных защитных материалов, защищенной от подделки считаться не может.

• Защита собственно изделия от подделки не заменяет, но эффективно дополняет защитный комплекс этикетки. Не "вместо", но "вместе".