

# X-Rite stawia na opakowania

TOMASZ KRAWCZAK

24 września firma Reprograf zorganizowała w Warszawie imprezę z cyklu X-Rite Innovation Days. To seria konferencji tematycznych, których celem jest przybliżenie polskim klientom rozwiązań usprawniających codzienną pracę drukarni i zwiększających ich konkurencyjność na wymagającym poligraficznym rynku. Jedną z prelekcji wygłoszonych przez Małgorzatę Ungradovą-Lososovą, pt. „Rozwiązania X-Rite dla producentów i dostawców w przemyśle opakowań”, dotyczyła najnowszych sposobów i metod kontroli oraz komunikacji o barwie w najszybciej rozwijającej się dziedzinie druku.

Jak podkreślała prelegentka, barwa towarzyszy nam od pierwszych chwil życia, jest czymś, co najdłużej zapada nam w pamięć i dlatego jest strategicznym narzędziem stosowanym przez firmy do odciśnięcia swego wizerunku i zapewnienia lojalności klientów. Jednocześnie znalezienie odpowiedniej barwy i zagwarantowanie jej stuprocentowej powtarzalności to najtrudniejsze wyzwania w świecie opakowań.

*Powszechnie wiadomo, że przemysł opakowań jest bardzo szerokim pojęciem i obejmuje druk na papierze, folii, metalu i wielu innych materiałach. Rozległa gama materiałów opakowaniowych zmusza producentów do poszukiwania odpowiedzi na pytanie: co zrobić, by na każdym z podłoży logo producenta albo kolor specjalny wyglądały identycznie? Niestety, zdarza się, że opakowanie, którego projekt idealnie trafia w potrzeby właściciela marki, na końcu procesu produkcyjnego wygląda zupełnie inaczej – mówiła Małgorzata Ungradova-Lososova. – W dzisiejszym zglobalizowanym świecie musimy wiedzieć, jak spełnić wyobrażenie producenta towaru na temat wyglądu jego opakowania. Ja twierdzę, że to jest proste. Wszakże pod warunkiem, że posiadamy odpowiednie narzędzia, które pozwalają*

*mówić wspólnym językiem na każdym etapie produkcji i wiedzieć, jak się nimi posługiwać. Bo rozumienie języka barwy jest równie ważne, jak każdego innego języka. Jeśli go nie znamy, to nigdy w życiu nie osiągniemy w łańcuchu produkcyjnym odpowiedniej komunikacji, a to znaczy, że kolor na opakowaniu nie będzie spełniał wyobrażeń naszego klienta.*

Najtrudniejszym zadaniem w dziedzinie zarządzania barwą jest właśnie stworzenie właściwego, jednorodnego języka do komunikacji, którym posługują się, nierzadko w różnych miejscach świata, zleceniodawcy, agencje reklamowe, drukarnie opakowaniowe i dostawcy farb pracujący przy wspólnym zadaniu. Firma X-Rite ma rozwiązania przeznaczone dla wszystkich etapów produkcji opakowań: od projektowania, przez prepress aż po druk, więc użytkownicy mogą liczyć na ułatwioną komunikację. Jej podstawą jest cyfrowy opis barwy, uzyskiwany przez pomiar spektrofotometryczny i przesyłany w postaci pliku w standardowym formacie (np. CxF, Color Exchange Format) do różnych aplikacji służących do jej kontroli i specyfikacji. *Dzięki temu, że na wszystkich etapach tworzenia opakowania posługujemy się jednym formatem, nie musimy zastanawiać się nad tym, co odpowiedzieć drukarzowi na pytanie: jak ma wyglądać barwa?* – podkreślała prelegentka. Prócz stosowania ustandaryzowanych formatów plików, firma X-Rite posługuje się jednolitym standardem kalibracyjnym swoich urządzeń, za pomocą którego kalibrowane są wszystkie urządzenia pomiarowe tej firmy, niezależnie od tego, czy są przeznaczone dla prepressu, druku, czy kuchni farbowej.

Prelegentka przedstawiła następnie 8 kroków do osiągnięcia właściwej barwy, którymi są: specyfikacja barwy; inspiracja barwą; transformacja cyfrowa barwy; globalna platforma komunikacji o barwie: Format Wymiany Danych (CxF) i Kontrola zgodności pomiarowej urządzeń (NetProfiler); kontrola barwy za pomocą danych widmowych; hard- i softproofing; recepturowanie barw oraz Globalna Kontrola Produkcji.

W pierwszym kroku następuje właściwa specyfikacja barwy, osiągana za pomocą wzorników Pantone i urządzeń X-Rite. *Wszystkie wzorniki Pantone są przetwarzane do formy cyfrowej, by móc jednoznacznie zmierzyć i opisać barwę i przekazać tę*



sova podkreślała, że do niedawna przygotowanie farby dla różnych podłoży stanowiło duże wyzwanie, ponieważ – mimo dostępu do receptur zamieszczanych przez producentów barw na serwerach – nigdy nie dało się przewidzieć, czy uda się tak dobrać farby do technologii druku, by barwa na opakowaniu wyglądała identycznie np. w druku offsetowym i flekso. *Ale teraz pojawiło się rozwiązanie, które pozwala nam, prócz recepturowania właściwego, na standaryzację dla określonych technik druku. Mowa o pokazanym na ostatnich targach drupa PantoneLIVE – mówiła.*

Impreza  
połączyła  
teoretyczne  
wykłady  
z praktycznymi  
prezentacjami  
technologii  
firmy X-Rite



informację do całego oprogramowania, które jest wykorzystywane w łańcuchu produkcji. Każda barwa we wzorniku Pantone ma swoje własne LAB i swoją krzywą spektralną, które można mierzyć za pomocą spektrofotometrów. Spektrofotometry mierzą krzywą spektralną, czyli są w stanie jednoznacznie, obiektywnie opisać barwę. Aby jednak różne urządzenia tego typu pracowały wedle identycznych standardów, konieczne jest ich skalibrowanie przez producenta, a także względem siebie – służy do tego oprogramowanie NetProfiler. Pozwala ono na przeprowadzenie kalibracji spektrofotometru w różnych warunkach: w studiu graficznym, hali produkcyjnej bądź w dziale badawczo-rozwojowym. Dzięki temu uzyskiwany jest jeden wirtualny standard zapewniający, że pomiary kolorystyczne dokonywane zdalnie będą dokładne i niezawodne.

Ostatnim etapem produkcji jest hard- i softproofing opakowania oraz recepturowanie barw. Małgorzata Ungradova-Loso-



Ten system zdalnej kontroli i standaryzacji barwy umożliwia stały dostęp do zdefiniowanych wzorców barw firmowych producentów z różnych branż. Dzięki niemu standaryzacja barwy zostaje zdigitalizowana pozwalając na przejście od wizualnej, subiektywnej oceny do stałej i powtarzalnej procedury. W efekcie znacznie zredukowana jest liczba przestojów w produkcji i poprawiana całkowita wydajność przedsiębiorstwa. Standardy kolorów firmowych są najważniejszą składową systemu PantoneLIVE; pozyskiwane są one z prawdziwej farby na rzeczywistym podłożu przy użyciu odpowiedniego procesu drukowania. To pozwala właścicielom marek przewidywać jak korporacyjne kolory specjalne będą wyglądać po naniesieniu na różnego rodzaju materiały, choćby tekturę falistą o odcieniu brązowym, przezroczystą folię czy biały polipropylen. Składowe kolorystyczne danej marki, analogicznie do kolorystycznego DNA, są zarządzane i utrzymywane w bezpiecznej, zdalnej bazie danych, co zapewnia właściwą komunikację kolorystyczną dla wszystkich dostawców, na całym świecie. PantoneLIVE usprawnia proces dopasowania barw etykiet i opakowań drukowanych w różnych technologiach i na różnych podłożach, pozwalając na zbudowanie bardziej wartościowych i bliższych relacji między firmami poligraficznymi i właścicielami marek. ■