



**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**FACULTY OF APPLIED ARTS AND CULTURE
DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN AND VISUAL
COMMUNICATION**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Τίτλος: Μελέτη & τεχνικές παραγωγής ετικέτας

ΑΘΗΝΑ ΤΡΑΣΑΝΗ, Α.Μ. 19674181

ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΒΟΥΛΓΑΡΑΚΗ, Α.Μ. 19674024

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: ΓΩΓΟΥ ΣΤΑΜΑΤΙΑ,

ΑΘΗΝΑ, 2023-2024

Τα μέλη της επιτροπής αξιολόγησης της πτυχιακής εργασίας

Όνοματεπώνυμο

Γώγου Σταματία

Όνοματεπώνυμο

Ευσταθιάδου Ουρανία

Όνοματεπώνυμο

Τσιγώνιας Μάριος

Υπογραφή

Υπογραφή

Υπογραφή

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αθηνά Τρασάνη του Δημητρίου, με αριθμό μητρώου 19674181 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, κατεύθυνση Τεχνολογίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας και σχεδιάστρια αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, σχεδίων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, σχεδιαστές/δημιουργούς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα

Αθηνά Τρασάνη

Υπογραφή



ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αικατερίνη Βουλγαράκη του Ιωάννη, με αριθμό μητρώου 19674024 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, κατεύθυνση Τεχνολογίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας και σχεδιάστρια αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, σχεδίων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, σχεδιαστές/δημιουργούς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα

Αικατερίνη Βουλγαράκη



Υπογραφή

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την πτυχιακή μας εργασία, με θέμα «Μελέτη και τεχνικές παραγωγής ετικέτας», την οποία διεκπεραιώσαμε για την ολοκλήρωση της υποχρεωτικής μας φοίτησης στο τμήμα Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας με κατεύθυνση την Τεχνολογία Γραφικών Τεχνών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής. Στόχος μας ήταν η έρευνα, η σύνταξη και η παρουσία της στην αρμόδια επιτροπή καθηγητών, στην οποία θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας για τον χρόνο που θα διαθέσουν για την παρουσίασή της όπως και για την βαθμολόγησή της.

Ακόμα ευχαριστούμε θερμά όλους τους καθηγητές μας που σε αυτά τα χρόνια της φοιτήσεως μας συνέβαλαν στην εκπαίδευσή μας και κυρίως την αρμόδια και υπεύθυνη της πτυχιακής μας κα. Σταματία Γώγου, για την συνεχή καθοδήγησή της, την αμέριστη υποστήριξή της και την ενθάρρυνσή που μας παρείχε σε όλο αυτό το χρονικό διάστημα, για την ολοκλήρωση της παρούσα πτυχιακής εργασίας μας.

Ακόμα πολλά ευχαριστώ από την μία φοιτήτρια στην άλλη για την συνεργασία που είχαμε στα πλαίσια των φοιτητικών μας χρόνων σε όλες τις εργασίες που αναλάβαμε σαν ομάδα και κυρίως για την συγκεκριμένη η οποία θα είναι και το τέλος της φοιτητικής μας πορείας.

Και τέλος το μεγαλύτερο ευχαριστώ για τους γονείς μας, που αποδέχθηκαν όλες τις επιλογές μας. Και στους οποίους οφείλουμε την ουσιαστική, την ψυχολογική στήριξή τους, την κατανόησή τους και την μεγάλη προσφορά που μας πρόσφεραν όλα αυτά τα χρόνια, παρά τις δυσκολίες των καιρών καταφέρανε να μας στηρίξουν για να ολοκληρώσουμε με επιτυχία την φοιτητική μας εκπαίδευση.

Περίληψη:

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει αναφερθεί στις ετικέτες συσκευασιών. Έχει γίνει μια ολοκληρωμένη μελέτη πάνω στο συγκεκριμένο θέμα και στις διάφορες τεχνικές παραγωγής τους. Πιο συγκεκριμένα τα είδη εκτυπώσεων που χρησιμοποιούνται για τις ετικέτες, τα υλικά και τις διάφορες τεχνικές περάτωσης. Τέλος η εργασία έχει ένα θεωρητικό μέρος όμως παράλληλα υπάρχει και το πρακτικό κομμάτι, όπου υλοποιούνται διάφορες ιδέες πάνω στην ετικέτα.

Λέξεις κλειδιά:

Ετικέτα, νομοθεσία, μέθοδοι εκτύπωσης, υποστρώματα, διατροφικές ετικέτες, συσκευασία, επισήμανση τροφίμων, χρώματα, γραμματοσειρές, υλικά.

Abstract

This thesis refers to packaging labels. Thorough research has been conducted on the specific subject and on the various production techniques. More specifically the types of printing methods used for the labels, the materials and the various lamination techniques. Finally, the thesis has a theoretical part, but at the same time there is also a practical one, where various personal ideas are presented.

Keywords

Label, legislation, printing methods, substrates, nutrition labels, packaging, food labelling, colours, fonts, materials.

Πίνακας περιεχομένων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ:.....	5
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:.....	5
ABSTRACT	6
KEYWORDS	6
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - Η ΕΤΙΚΕΤΑ	13
1.1 Ιστορική αναδρομή.....	14
1.2 Εφαρμογές ετικέτας.....	18
1.3 Νομοθεσία	21
1.4 Υποστρώματα που χρησιμοποιούνται σε ετικέτες	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΕΙΔΗ ΕΤΙΚΕΤΩΝ.....	37
2.1 Κλασικές ετικέτες.....	37
2.2 Πολύπτυχες ετικέτες.....	49
2.3 Ετικέτες με μεταβλητά δεδομένα	53
2.4 Πρόσθετες ετικέτες.....	57
2.5 Διάφανες ετικέτες	67
2.6 Ετικέτες ασφαλείας	74
2.7 Ετικέτες με εσωτερικό κοπτικό.....	77

2.8 Shrink sleeve (μανίκι).....	84
2.9 Ειδικά υλικά.....	85
2.10 Προσωπική ετικέτα	90
2.11 Ετικέτες με εκτύπωση στην κόλλα	93
2.12 Ετικέτες που αφαιρούνται με το πλύσιμο	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3- ΕΡΕΥΝΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ	100
3.1 Περιεχόμενο και ορισμός επισημάνσης της διατροφικής ετικέτας	100
3.2 Οι νέες ετικέτες στα τρόφιμα.....	112
3.3 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΣΤΙΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ	114
3.4 Τα Χρώματα στις ετικέτες.....	115
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ.....	116
4.1 Εύρεση ονόματος εταιρείας μαρμελάδας.....	116
4.2 Χρώματα λογότυπου.....	117
4.3 Τελική γραμματοσειρά.....	117
4.4 Επιλογή Χαρτιού	118
4.5 Έρευνα από ετικέτες αγοράς.....	119
4.6 Έρευνα στα χρώματα και στις πληροφορίες που αναγράφονται σε ετικέτες της αγοράς	120
4.7 Προσχέδια για τις ετικέτες μας.....	120
4.8 Σχέδια για το background των ετικετών μας.....	123
4.9 MOCKUP	124
4.10 Τελικές ετικέτες για εκτύπωση	125
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	128
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	129

Κατάλογος εικόνων

ΕΙΚΟΝΑ 1 (GREAT LAKES LABEL)	14
ΕΙΚΟΝΑ 2(SNAP, 2019).....	15
ΕΙΚΟΝΑ 3(SNAP, 2019).....	18
ΕΙΚΟΝΑ 4(ΕΤΙQUETTE, 2020).....	18
ΕΙΚΟΝΑ 5 (ΕΙΚΑΣΤΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ).....	19
ΕΙΚΟΝΑ 6 (ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΜΕ ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ)	20
ΕΙΚΟΝΑ 7 (ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΓΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΕΣ ΜΕ BARCODE)	20
ΕΙΚΟΝΑ 8(ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΣΤΗΝ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ)	21
ΕΙΚΟΝΑ 9 (ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ ΛΗΞΗΣ)	25
ΕΙΚΟΝΑ 10 (ΡΟΛΟ ΑΠΟ WHITE BOPP ΥΛΙΚΟ)	30
ΕΙΚΟΝΑ 11(ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΑΠΟ ΑΣΠΡΟ ΒΙΝΥΛΙΟ).....	31
ΕΙΚΟΝΑ 12 (ΙΡΙΔΙΖΟΝ ΥΠΟΣΤΡΩΜΑ ΓΙΑ ΕΤΙΚΕΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ)	32
ΕΙΚΟΝΑ 13 (ΔΙΑΦΑΝΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ)	32
ΕΙΚΟΝΑ 14 (ΘΕΡΜΙΚΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΓΙΑ ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ).....	33
ΕΙΚΟΝΑ 15 (ΡΟΛΟ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΑΠΟ ESTATE 4).....	34
ΕΙΚΟΝΑ 16 (BLACK VELLUM ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ)	34
ΕΙΚΟΝΑ 17 (ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΧΑΡΤΙ TERRA SKIN)	35
ΕΙΚΟΝΑ 18 (ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΤΙΚΕΤΩΝ ΑΠΟ ΧΑΡΤΙ KRAFT).....	36
ΕΙΚΟΝΑ 19 (ΚΟΠΤΙΚΟ ΕΤΙΚΕΤΩΝ)	44
ΕΙΚΟΝΑ 20 (ΣΤΡΟΓΓΥΛΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ).....	45
ΕΙΚΟΝΑ 21 (ΟΡΘΟΓΩΝΙΕΣ ΚΑΙ ΤΕΤΡΑΓΩΝΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ)	46
ΕΙΚΟΝΑ 22 (ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ DIE-CUT ΕΤΙΚΕΤΕΣ)	46
ΕΙΚΟΝΑ 23 (ΟΒΑΛ ΕΤΙΚΕΤΕΣ)	47
ΕΙΚΟΝΑ 24 (ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΩΝ)	47
ΕΙΚΟΝΑ 25 (ΕΠΩΝΥΜΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ).....	49
ΕΙΚΟΝΑ 26 (ΕΤΙΚΕΤΑ BOOKLET).....	50
ΕΙΚΟΝΑ 27 (ΕΤΙΚΕΤΑ PIGGYBACK)	51
ΕΙΚΟΝΑ 28 (ΕΤΙΚΕΤΑ REAL AND RESEAL).....	51
ΕΙΚΟΝΑ 29 (ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΓΙΑ ΦΑΡΜΑΚΑ)	52
ΕΙΚΟΝΑ 30 (ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ).....	53
ΕΙΚΟΝΑ 31 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΜΕ ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ)	55
ΕΙΚΟΝΑ 32 (ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΜΕ ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ)	56
ΕΙΚΟΝΑ 33 (ΕΚΤΥΠΩΜΕΝΗ ΕΤΙΚΕΤΑ ΜΕ ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ)	57

EΙΚΟΝΑ 34 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΤΥΠΟΥ HANGTAG).....	58
EΙΚΟΝΑ 35 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΛΑΙΜΟΥ).....	59
EΙΚΟΝΑ 36 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΠΟΤΗΡΙΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ).....	60
EΙΚΟΝΑ 37 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΧΑΡΤΙΟΥ ΜΕ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ).....	62
EΙΚΟΝΑ 38 (ΜΕΤΑΛΛΙΚΕΣ ΚΡΕΜΑΣΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ).....	63
EΙΚΟΝΑ 39 (ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΚΡΕΜΑΣΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ).....	63
EΙΚΟΝΑ 40 (ΥΦΑΣΜΑΤΙΝΕΣ ΚΡΕΜΑΣΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ).....	64
EΙΚΟΝΑ 41 (ΔΕΡΜΑΤΙΝΕΣ ΚΡΕΜΑΣΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ).....	64
EΙΚΟΝΑ 42 (ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ LOOP).....	65
EΙΚΟΝΑ 43 (ΚΡΕΜΑΣΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ RFID).....	65
EΙΚΟΝΑ 44 (Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΜΙΑ ΔΙΑΦΑΝΗ ΕΤΙΚΕΤΑ).....	67
EΙΚΟΝΑ 45 (ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΧΡΩΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΩΣ ΦΟΝΤΟ ΓΙΑ ΚΡΥΦΟ ΜΗΝΥΜΑ)	68
EΙΚΟΝΑ 46 (ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΡΑΜΜΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΤΙΚΕΤΩΝ).....	70
EΙΚΟΝΑ 47 (ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΕΧΝΙΚΗΣ WHITE UNDERPRINT).....	71
EΙΚΟΝΑ 48 (ΓΥΑΛΙΝΗ ΦΙΑΛΗ ΠΟΤΟΥ TREAD SOFTLY.).....	71
EΙΚΟΝΑ 49 (ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΑΡΩΜΑΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ YUI HOME DECOR).....	72
EΙΚΟΝΑ 50 (ΕΙΚΑΣΤΙΚΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΑΡΑΘΥΡΟΥ ΜΕ ΔΙΑΦΑΝΟ ΦΙΛΜ).....	72
EΙΚΟΝΑ 51 (ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΜΕ ΔΙΑΦΑΝΗ ΕΤΙΚΕΤΑ ΣΤΗΝ ΠΙΣΩ ΟΨΗ).....	73
EΙΚΟΝΑ 52 (ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΠΟΤΟΥ DEERNESS DISTILLERY).....	73
EΙΚΟΝΑ 53 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ).....	74
EΙΚΟΝΑ 54 (ΚΑΛΟΥΠΙ ΕΤΙΚΕΤΑΣ).....	78
EΙΚΟΝΑ 55 (ΕΠΙΠΕΔΗ ΜΗΧΑΝΗ ΚΟΠΗΣ).....	79
EΙΚΟΝΑ 56 (ΠΕΡΙΣΤΡΟΦΙΚΗ ΜΗΧΑΝΗ ΚΟΠΗΣ).....	79
EΙΚΟΝΑ 57 (ΜΗΧΑΝΗ ΚΟΠΗΣ ΜΕ ΛΕΙΖΕΡ).....	80
EΙΚΟΝΑ 58 (ΚΑΛΟΥΠΙ ΚΟΠΗΣ).....	80
EΙΚΟΝΑ 59 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΜΕ ΠΕΡΙΠΛΟΚΟ ΣΧΗΜΑ ΓΙΑ ΜΕΛΙΑ).....	81
EΙΚΟΝΑ 60 (ΣΧΗΜΑ ΜΕ ΚΑΜΠΥΛΕΣ ΓΙΑ ΕΤΙΚΕΤΑ).....	82
EΙΚΟΝΑ 61 (ΕΤΙΚΕΤΑ ΣΕ ΜΠΟΥΚΑΛΙ ΜΕ ΣΧΗΜΑ ΜΗΛΟΥ).....	82
EΙΚΟΝΑ 62 (ΕΤΙΚΕΤΑ ‘‘ΠΑΡΑΘΥΡΟ’’ ΓΙΑ ΛΑΔΙ).....	83
EΙΚΟΝΑ 63 (ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΙΔΕΕΣ ΜΕ DIE CUT ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΣΕ ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ ΚΑΙ ΒΑΖΑ).....	83
EΙΚΟΝΑ 64 (ΘΕΡΜΟΣΥΡΡΙΚΝΟΥΜΕΝΗ ΕΤΙΚΕΤΑ).....	85
EΙΚΟΝΑ 65 (ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ)	90
EΙΚΟΝΑ 66 (ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ)	91
EΙΚΟΝΑ 67 (WASH OFF ΕΤΙΚΕΤΕΣ).....	95
EΙΚΟΝΑ 68 (ΦΥΛΛΟ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΙΑ 62 P).....	97
EΙΚΟΝΑ 69 (ΦΥΛΛΟ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΙΑ 62 RPW).....	97
EΙΚΟΝΑ 70 (ΦΥΛΛΟ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΙΑ TLH 9200E).....	98
EΙΚΟΝΑ 71 (ΦΥΛΛΟ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΙΑ WX6030).....	98
EΙΚΟΝΑ 72 (ΦΥΛΛΟ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΙΑ FLEXCRYL™ CLEARCYCLE 1000).....	99

ΕΙΚΟΝΑ 73 (ΤΑ ΧΡΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΑΜΕ ΣΤΑ ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΜΑΣ).....	117
ΕΙΚΟΝΑ 74 (ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΜΑΣ)	117
ΕΙΚΟΝΑ 75 (ΜΕΡΙΚΑ ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ).....	118
ΕΙΚΟΝΑ 76 (ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ).....	119
ΕΙΚΟΝΑ 77 (ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)	120
ΕΙΚΟΝΑ 78 (ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ ΤΩΝ ΕΤΙΚΕΤΩΝ ΜΑΣ)	122
ΕΙΚΟΝΑ 79 (ΤΑ BACKGROUND ΤΩΝ ΕΤΙΚΕΤΩΝ ΜΑΣ)	123
ΕΙΚΟΝΑ 80 (ΜΟΚΥΡ).....	124
ΕΙΚΟΝΑ 81 (ΤΕΛΙΚΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΓΙΑ ΕΚΤΥΠΩΣΗ).....	127
ΕΙΚΟΝΑ 82 (ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΕΠΙΚΟΛΛΗΜΕΝΕΣ ΣΤΑ ΒΑΖΑ).....	127
ΕΙΚΟΝΑ 83 (ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΜΕΝΕΣ ΣΤΑ ΒΑΖΑ).....	127

Κατάλογος Πινάκων

ΠΙΝΑΚΑΣ 2(ΣΥΜΒΟΛΑ ΤΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ)	25
ΠΙΝΑΚΑΣ 3(ΣΥΜΒΟΛΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ).....	26
ΠΙΝΑΚΑΣ 4 (ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ).....	103
ΠΙΝΑΚΑΣ 5 (ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΟΥΣΙΩΝ).....	107
ΠΙΝΑΚΑΣ 6 (ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΥΛΩΝ ΣΤΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ (ΚΥΡΑΝΑΣ, 2016)).....	108
ΠΙΝΑΚΑΣ 7 (ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΑΛΛΕΡΓΙΟΓΟΝΩΝ ΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ).....	108

Κεφάλαιο 1 - Η ετικέτα

Η «ταυτότητα» του προϊόντος είναι η ετικέτα. Είναι με λίγα λόγια το αποδεικτικό, του προϊόντος το οποίο είναι μέσα στον περιέκτη, το αποδεικτικό για την εταιρία που το παράγει, για την σύνθεσή του, για την χρήση του και πολλά άλλα.

Η ετικέτα αποτελείται από ένα υφασμάτινο κομμάτι ή μια πλαστική μεμβράνη ή από ένα χάρτινο κομμάτι ή ένα μεταλλικό ή άλλο υλικό, κολλημένο στην συσκευασία του προϊόντος, πάνω στο οποίο είναι εκτυπωμένες ή γραμμένες οι πληροφορίες ή τα σύμβολα τα οποία είναι σχετικά με το προϊόν που περιέχουν. (Holkham, 1995).

Οι χρήσεις των ετικετών είναι πάρα πολλές, συμπεριλαμβάνουν την προώθηση και την παροχή πληροφοριών, σχετικά με την προέλευσης του προϊόντος, την επωνυμία του κατασκευαστή του, τους τρόπους χρήσης του, τη διάρκεια ζωής του κλπ. Οι μέθοδοι της παραγωγής και της τοποθέτησης της ετικέτας σε μια συσκευασία είναι ποικίλες και διαφορετικές και καθορίζονται από διεθνή αναγνωρισμένα πρότυπα.

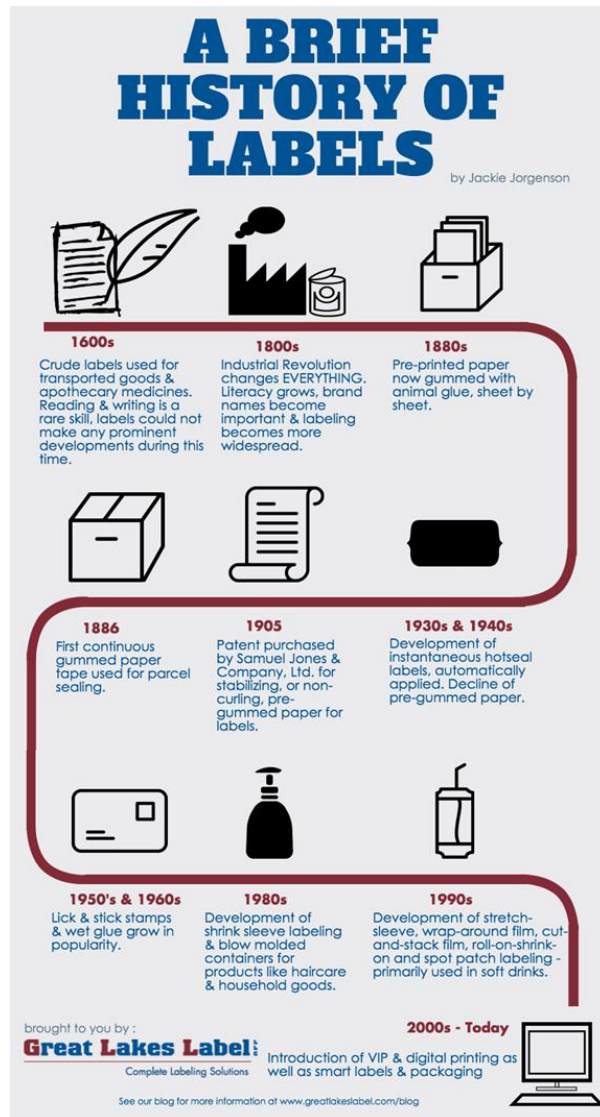
Στην αρχή οι ετικέτες αποτελούνταν από κομμάτια υφάσματος, τα οποία ήταν κολλημένα στον περιέκτη, με μια απλή κόλλα από αλεύρι, ενώ τα χρώματα τα έφτιαχναν έχοντας σαν πρώτη ύλη το παντζάρι ή τον φλοιό του κρεμμυδιού.

Σήμερα ο κλάδος της ετικετοποιίας έχει εξελιχθεί πολύ και χρησιμοποιείται ένας μεγάλος αριθμός νέων και πρωτότυπων υλικών και τεχνολογιών.

Και τότε και τώρα όμως ο στόχος είναι ίδιος, δηλαδή η αναγνώριση και καθιέρωση ενός προϊόντος.

1.1 Ιστορική αναδρομή

Οι ετικέτες άρχισαν να χρησιμοποιούνται από τον 16ο αιώνα, για τον εντοπισμό αντικειμένων και μεταφερόμενων αγαθών π.χ υφάσματα, φάρμακα λόγω του ότι εκείνη την περίοδο πολύ μικρό μέρος του πληθυσμού ήξερε να γράφει και να διαβάζει, όμως έπρεπε με κάποιο τρόπο να ξεχωρίζει το προϊόν που ήθελε να αγοράσει.



Εικόνα 1 (Great Lakes Label)

Το 1700 ήταν το έτος που εμφανίστηκε η πρώτη γνωστή ετικέτα ως αναγνωριστικό σήμα μικρών ιατρικών δοχείων.



Εικόνα 2(Snap, 2019)

Στην εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης και στην εποχή που άρχισε να μορφώνεται περισσότερο ο πληθυσμός, εμφανίζεται η εμφιάλωση και η κονσερβοποίηση. Έτσι κρίθηκε απαραίτητη η ονομασία των δοχείων αλλά και η δημιουργία εμπορικών σημάτων, χωρίς να υπάρχει πρόβλημα κατανόησης από τον περισσότερο πληθυσμό.

Κάθε αξιόλογο οινοποιείο τον 18ο αιώνα είχε τυπωμένες ετικέτες κρασιού. Οι ετικέτες αυτές εκτυπώνονταν με ξύλινη πρέσα σε χειροποίητο χαρτί και τις κολλούσαν στο προϊόν. Η συγκεκριμένη εκτύπωση ήταν χρονοβόρα. Η αποτελεσματικότερη παραγωγή των ετικετών έγινε το 1798 με την εφεύρεση της τυπογραφικής μηχανής και την αρχή της λιθογραφίας.

Τη δεκαετία του 1830, εμφανίστηκαν διάφορες παραλλαγές υποστρωμάτων για ετικέτες. Γύρω στο 1850 εξελίχθηκε σημαντικά η έγχρωμη εκτύπωση. Ενώ μέχρι εκείνη την εποχή ζωγραφίζονταν στο χέρι οι χρωματιστές ετικέτες μόνο για προϊόντα πολυτελείας, οι κατασκευαστές κατάλαβαν ότι τα χρώματα έπαιζαν σημαντικό ρόλο στην πώληση των προϊόντων τους. Έτσι με στόχο να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και να δώσουν την εντύπωση ότι είναι ελκυστικά και αξιόπιστα τα προϊόντα, δημιούργησαν σημαντικές καινοτομίες πάνω στην έγχρωμη ετικέτα.

Με τη λιθογραφία και τις τυπογραφικές μηχανές, στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, δημιουργήθηκε η ευκαιρία να παράγονται μεγάλα τираζ ετικετών ίδιας ποιότητας, σε μορφή χαρτιού. Τότε εμφανίστηκε για πρώτη φορά το κολλώδες χαρτί με κόλλα από κόκαλα ζώων.

Ευρωπαίοι καλλιτέχνες έκαναν εισαγωγές ετικετών κολλημένων σε προϊόντα με διαφορετικούς τύπους κόλλας. Αρχικά έκαναν την τοποθέτησή τους σε κιβώτια για να αναδείξουν κουτιά πούρων, φρούτων και λαχανικών.

Το 1905 αγοράστηκε από την Samuel Jones & Company, Ltd το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για την χρησιμοποίηση προκολλημένου χαρτιού για ετικέτες

Την δεκαετία του 1930, εφευρέθηκε από τον R. Stanton Avery η πρώτη αυτοκόλλητη ετικέτα. Στην διάρκεια της περιόδου αυτής, οι κατασκευαστές ξεκίνησαν να περιλαμβάνουν λογότυπα, συστατικά και οφέλη για την υγεία, στις ετικέτες έτσι ώστε να υπάρχει καλύτερη απήχηση στην αγορά για τα προϊόντα τους. Το 1935, εισήχθη στις ΗΠΑ η αυτοκόλλητη ετικέτα και έγινε η βάση μιας βιομηχανίας δισεκατομμυρίων δολαρίων σε όλο τον κόσμο. Ωστόσο, οι αυτοκόλλητες ετικέτες άρχισαν να εφαρμόζονται μαζικά τη δεκαετία του 1960, λόγω των διαδοχικών φάσεων σε νέα είδη συγκολλητικών υλικών. Η εφαρμογή αυτών των ετικετών σε όλα τα είδη επιφανειών (χαρτοκιβώτια, ξύλο, πλαστικό, μέταλλο και γυαλί) τις έκανε πολύ δημοφιλείς. Ακόμη, ήταν εύκολο να αφαιρεθούν όποτε χρειαζόταν, σε αντίθεση με τις τότε ετικέτες οι οποίες ήταν με κόλλες πιο μόνιμες που ενεργοποιούνταν με υγρασία.

Τη δεκαετία του 1950 ανακαλύφθηκε η φλεξογραφική εκτύπωση η οποία ήταν μια σύγχρονη έκδοση του letterpress, που χρησιμοποιώντας περιστρεφόμενα ανάγλυφα γίνονταν η εκτύπωση ρευστού μελανιού σε εύκαμπτο υλικό (φίλμ ή βινύλιο).

Στη δεκαετία του 1970 έκαναν την εμφάνισή τους οι πρώτες «έξυπνες» ετικέτες. Με την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών παραγωγής, έγινε εφικτό οι ετικέτες να περιέχουν όλο και περισσότερες πληροφορίες. Το σπουδαιότερο παράδειγμα είναι ο γραμμικός κώδικας (*barcode*), που χρησιμοποιείται σχεδόν από κάθε κατάστημα και βιομηχανία και παίζει σημαντικό ρόλο στην εφοδιαστική αλυσίδα και την αποθήκευση των προϊόντων.

Τη δεκαετία 1980, με τις πολιτικές και κοινωνικές εξελίξεις να οδηγούν σε πολύ μεγάλες διαδρομές εμπορευματοκιβωτίων, οι ετικέτες άρχισαν να τοποθετούνται στο καλούπι πριν από το σχηματισμό του δοχείου.

Το 1990, παρατηρούμε μεγάλη ποικιλία εξελίξεων, όπως οι ετικέτες μανίκια *stretchsleeve*, οι μεμβράνες περιτυλίγματος, οι ετικέτες σε φύλλα *cut-and-stack film*, οι ετικέτες *roll-on-shrink* και τέλος οι ετικέτες *spot patch*, όπου χρησιμοποιείται κυρίως για τα αναψυκτικά.

Τέλος, το 2000, οι VIP (Variable Information Printing) ή αλλιώς στα ελληνικά ετικέτες μεταβλητών δεδομένων, η ψηφιακή εκτύπωση καθώς και η ανάπτυξη έξυπνων ετικετών και συσκευασιών, ανεβαίνουν στο προσκήνιο.

Η παλαιότερη ετικετοποιία στην Ελλάδα είναι η Kambas A. E.B.E. που δραστηριοποιείται εδώ και 45 χρόνια στο χώρο. Όταν ξεκίνησε, το 1970, η παρουσία της ετικέτας ως μέρος της συσκευασίας ενός προϊόντος ήταν σχεδόν ανύπαρκτη. Υπήρχαν ελάχιστες ετικέτες απλές χάρτινες – κυρίως στον κλάδο της ποτοποιίας, ενώ

οι πιο διαδεδομένες ετικέτες ήταν οι πάνινες (για ρούχα) λόγω των βιοτεχνιών που υπήρχαν τότε στην Ελλάδα.

Η εταιρεία μπήκε στο χώρο της αυτοκόλλητης ετικέτας, προερχόμενη από μία εταιρεία που κατασκεύαζε πάνινες ετικέτες και σπάγγους

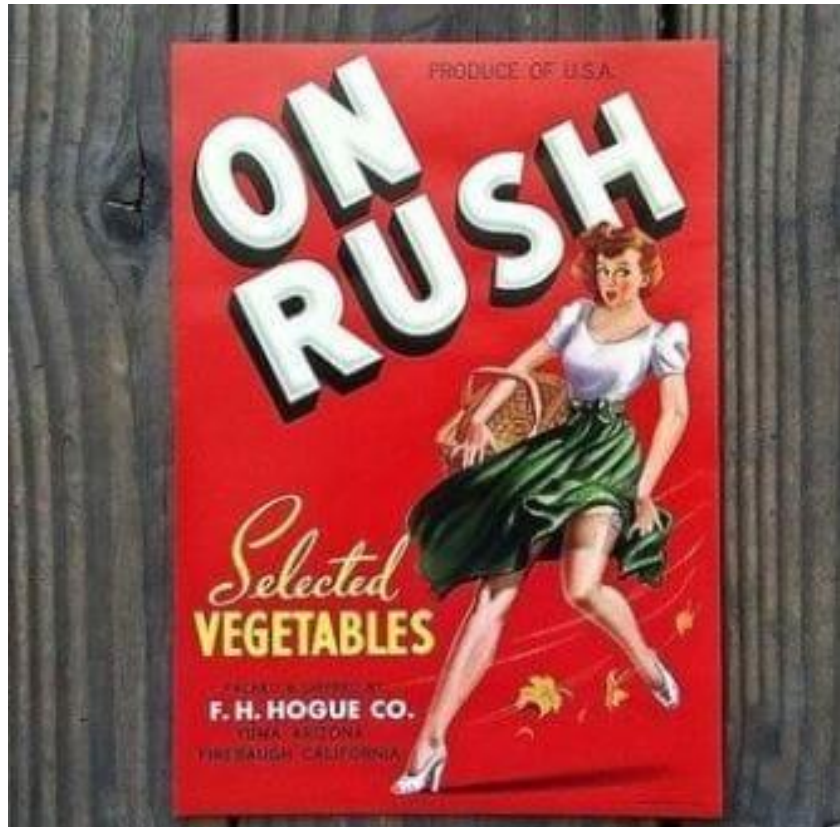
Όταν ήρθαν οι πρώτες εκτυπωτικές μηχανές από την Ιαπωνία, άρχισαν να ιδρύονται εταιρείες που ειδικεύονταν στη συσκευασία και στην ετικέτα. Οι μηχανές εξελίχθηκαν, η Ευρώπη “μπήκε στο παιχνίδι” και προέκυψαν νέα υλικά, περισσότερες δυνατότητες εκτύπωσης, και ελκυστικότερες συσκευασίες.

Η ουσιαστική άνθιση ήρθε τη δεκαετία του '80, οπότε η συσκευασία άρχισε να παίζει πιο σημαντικό ρόλο στην εικόνα ενός προϊόντος και αφορούσε όλους τους κλάδους: τρόφιμα, καλλυντικά, ποτά, καθαριστικά κ.α. Την τάση αυτή διαδέχτηκε τη δεκαετία του '90 το “design”. Ο σχεδιασμός μιας ετικέτας που να βοηθά την προβολή ενός προϊόντος έγινε αναγκαίος και η τάση για διαφοροποίηση οδήγησε σε εξελίξεις υλικών, μελανιών και τεχνικών εκτύπωσης.

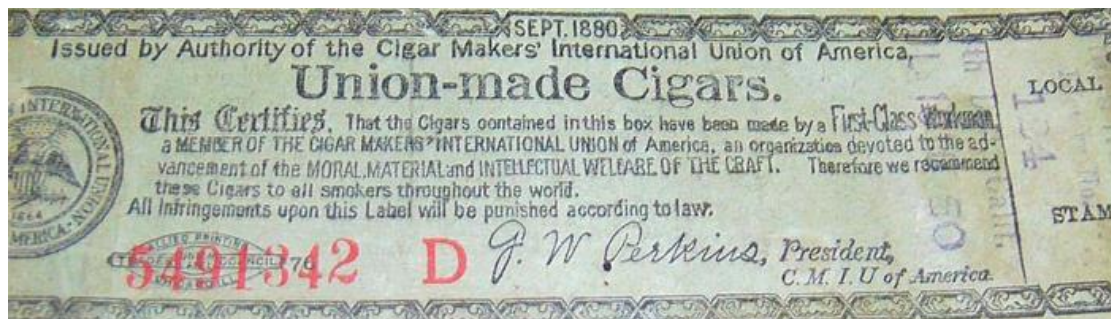
Το 2002, η Ν. Καμπάς είναι η πρώτη ελληνική εταιρία που γίνεται επισήμως μέλος του Διεθνούς Οργανισμού FINAT (World-wide Association for Self-adhesive Labels and Related Products). Μια ένωση ετικετοποιών απ' όλο τον κόσμο με σκοπό να μοιράζονται γνώσεις, προβληματισμούς, τεχνογνωσία και να θέτουν τις βάσεις για νέες έρευνες και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών.

Την ίδια χρονιά, μάλιστα, η εταιρία βραβεύεται για πρώτη φορά διεθνώς, στον διαγωνισμό FINAT International Labelling Competition, για την υψηλή ποιότητα εκτύπωσης της ετικέτας των μωρομάντηλων Baby care, της ΜΕΓΑ και της ετικέτας METAXA Private Reserve.

Το ελληνικό design βρίσκεται σήμερα σε πολύ υψηλά επίπεδα και οι ελληνικές ετικετοποιοί σε μεγάλο ποσοστό, είναι εφάμιλλες εταιρειών του εξωτερικού. Οι συσκευασίες είναι εκτός από ελκυστικές, έξυπνες, λειτουργικές και πολυεπίπεδες.



Εικόνα 3(Snap, 2019)



Εικόνα 4(Etiquette, 2020)

1.2 Εφαρμογές ετικέτας

Οι ετικέτες όπως και η συσκευασία δεν έχουν μόνο μια χρήση. Ανάλογα με το υπόστρωμα που θα χρησιμοποιηθεί, τον τρόπο εκτύπωσης και σύνθεσης, μπορεί να χρησιμοποιηθούν σε πολλές και διάφορες εφαρμογές. Η κυριότερη από αυτές είναι η σήμανση προϊόντων το οποίο εξυπηρετεί κατά κύριο λόγο τον πελάτη που θα αγοράσει το προϊόν, αλλά και την ίδια την εταιρία αφού οι ετικέτες συμβάλουν σε σημαντικό βαθμό στο branding και την διαφήμιση. Ένας ενδιαφέρον σχεδιασμός ετικέτας κάνει το προϊόν να ξεχωρίζει στο ράφι δίπλα σε χιλιάδες πανομοιότυπα

προϊόντα αφού άλλωστε ο κλάδος αυτός είναι πολύ ανταγωνιστικός. Σύμφωνα με έρευνες (Welles, 1986) οι εννέα στους δέκα καταναλωτές αγοράζουν παρορμητικά σύμφωνα με αυτό που βλέπουν.



Εικαστική ετικέτα)

Μια άλλη εφαρμογή των ετικετών είναι πάνω στις συσκευασίες οι οποίες φέρουν πληροφορίες για το προϊόν και την σωστή χρήση τους, διαφημίσεις, συστατικά και πολλά άλλα όπως ακόμα και ενδείξεις παραβίασης από τρίτους (ετικέτες ασφαλείας). Αυτό προβλέπεται και από τη νομοθεσία, αφού πολλές από αυτές τις πληροφορίες είναι αναγκαίο να υπάρχουν σε κάθε συσκευασία και πολύ περισσότερο σε αυτές των τροφίμων και ειδών προς κατανάλωση. Εδώ επίσης θα αναφέρουμε και τις ετικέτες που συναντάμε πάνω σε υφάσματα και είδη ρουχισμού. Πρόκειται για ξεχωριστές ετικέτες που υπάρχουν ώστε να δίνουν συμβουλές στους καταναλωτές για την φροντίδα του προϊόντος.



E

i

Η επόμενη κατηγορία που θα αναλύσουμε είναι αυτή των ετικετών αλληλογραφίας. Χωρίς ετικέτες τα δέματα και οι επιστολές δεν θα έφταναν ποτέ στον προορισμό τους για αυτό το λόγο πολλές φορές χρησιμοποιούνται τυποποιημένες ετικέτες που μπορεί να περιλαμβάνουν γραμμωτούς κώδικες (barcode), QR και άλλα.

E



Ετικέτες με τα συστατικά του προϊόντος

E

i

Τέλος, ετικέτες χρησιμοποιούνται για την οργάνωση και το διαχωρισμό προϊόντων σε μεγάλες αποθήκες και την εύκολη εύρεση τους καθόλα τα στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού. Με αυτό τον τρόπο ελαχιστοποιούνται τα λάθη που μπορούν να γίνουν, εξοικονομείται χρόνος αλλά και χρήμα από τις εταιρείες. Ένα άλλο εξίσου σημαντικό πλεονέκτημα αυτής της εφαρμογής είναι αυτό που ονομάζουμε στα αγγλικά logistics, το οποίο είναι ένας τρόπος επικοινωνίας της εταιρίας με τους πελάτες της και

E

i

κ

ό

ν

α

προσφέρει στατιστικά στοιχεία και πληροφορίες χρήσιμες για την σωστή διαχείριση των πρώτων υλών αλλά και την μεταφορά και αποθήκευση του τελικού πλέον προϊόντος.



Εικόνα 8(Σημασία της ετικέτας στην αποθήκευση)

1.3 Νομοθεσία

Η ετικέτα στα τρόφιμα (Food Labeling) μπορεί για κάποιους να είναι «διακοσμητική», αλλά στην πραγματικότητα εξυπηρετεί έναν πολύ σημαντικό σκοπό: Δίνει πληροφορίες στον καταναλωτή σχετικά με το τι περιέχουν αυτά που τρώει, προλαμβάνοντας με αυτό τον τρόπο σοβαρές καταστάσεις, όπως παραδείγματος χάριν κάποια τροφική αλλεργία. Σήμερα είμαστε αρκετά εξοικειωμένοι με την παρουσία τους στα προϊόντα, η οποία πέρα από τη δική μας ενημέρωση για τα συστατικά, εξυπηρετεί και την υποχρέωση του κατασκευαστή να είναι απόλυτα διαφανής απέναντι στους αγοραστές.

Ανέκαθεν το ζήτημα της αποφυγής της νοθείας των τροφίμων, ήταν πολύ σημαντικό. Ακόμα και κατά τον Μεσαίωνα, η επισήμανση των τροφίμων λειτουργούσε ως ένα είδος σήματος που εξυπηρετούσε τους παραγωγούς τροφίμων. Για παράδειγμα, το βούτυρο στην Ευρώπη περίπου το 1660, αποτελούσε συχνό αντικείμενο νοθείας, ειδικά στην Αγγλία. Για το σκοπό αυτό ο εκάστοτε κατασκευαστής έπρεπε να τοποθετεί τα αρχικά του και την επωνυμία του στο καθετί που πωλούσε, για να εξασφαλίζεται ότι το προϊόν είναι γνήσιο.

Το 1850 περίπου, ο τότε πρόεδρος των ΗΠΑ, Zachary Taylor πέθανε μέσα σε πέντε ημέρες από την κατανάλωση μολυσμένων φρούτων και γάλακτος σε ένα πικνίκ. Το περιστατικό συγκλόνισε την αμερικανική κοινωνία, αναφέρθηκε και διαδόθηκε ευρέως και ώθησε τον Πρόεδρο Λίνκολν να δημιουργήσει το Υπουργείο Γεωργίας των Ηνωμένων Πολιτειών (USDA) το 1862. Το υπουργείο έθεσε αυστηρές οδηγίες για το χειρισμό και την επεξεργασία των τροφίμων, οι οποίες οδήγησαν στις πρώτες ετικέτες τροφίμων για να προειδοποιήσουν τους καταναλωτές σχετικά με την ασφάλεια τους. Ήταν εκείνη την περίοδο που μεγάλα ονόματα της Αμερικανικής βιομηχανίας τροφίμων, όπως ο Federick Pabst και ο H.J Heinz, θέλησαν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Οι κατασκευαστές ξεκινούν να επωφελούνται από τη χρήση των ετικετών.

Το 1906, ψηφίστηκε ένας νόμος στις ΗΠΑ που θεωρείται ως ο πρώτος επίσημος κανονισμός στον σύγχρονο σχεδιασμό συσκευασιών, ο οποίος απαγόρευε την παρασκευή και τη μεταφορά νοθευμένων τροφίμων και φαρμάκων στις Ηνωμένες Πολιτείες καθώς και την επισήμανση των προϊόντων με ψευδή εμπορικά σήματα.

Περίπου είκοσι χρόνια αργότερα, εν μέσω αστικοποίησης και εκβιομηχάνισης, τα αγαθά ήταν άφθονα. Οι επιχειρηματίες τότε διαπίστωσαν ότι οι ετικέτες και οι συσκευασίες όχι μόνο προστατεύουν τα προϊόντα και τους καταναλωτές, αλλά επίσης ενισχύουν την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας τους και προσελκύουν τους καταναλωτές να τα αγοράσουν. Οι ετικέτες και οι μάρκες συσκευασίας γίνονται σημαντικά μέσα προώθησης και γνωρίζουν ταχεία ανάπτυξη.

Το 1960, οι περισσότεροι Αμερικανοί ετοίμαζαν γεύματα στο σπίτι, έτσι δημιουργήθηκε δημόσια ζήτηση για πιο λεπτομερείς πληροφορίες παραγωγής και χρήσης. Τότε, το USDA όρισε ότι όλες οι ετικέτες τροφίμων πρέπει να αναγράφουν μια λίστα των συστατικών τους. Καθώς τα σκευάσματα τροφίμων αναγκάστηκαν να φέρουν ρητή επισήμανση, οι εταιρείες τροφίμων άρχισαν σταδιακά να προσθέτουν ισχυρισμούς για την υγεία στις συσκευασίες για να προωθήσουν τα προϊόντα τους, συχνά με υπερβολική χροιά. Η έλλειψη ρύθμισης και η κατάφωρα παραπλανητική αυτή επισήμανση οδήγησε το Ανώτατο Δικαστήριο το 1973, να προτείνει ισχυρισμούς διατροφής μόνο σε προϊόντα που είναι χαμηλά σε λιπαρά και σε χοληστερόλη, αλλά το μέτρο δεν επιβλήθηκε.

Δεκαετίες αργότερα, το 1990, η Υπηρεσία Τροφίμων και Φαρμάκων των ΗΠΑ (FDA) ψήφισε επίσημα τον νόμο περί διατροφικής σήμανσης και εκπαίδευσης, απαιτώντας από όλες τις εταιρείες τροφίμων να κάνουν συνεπείς δηλώσεις και να δημοσιεύουν λεπτομερή, τυποποιημένα διατροφικά στοιχεία για όλα τα προϊόντα που προορίζονται για πώληση. Ζητούσε συγκεκριμένες ποσότητες θερμίδων, λίπους, χοληστερόλης, νατρίου, υδατανθράκων, πρωτεϊνών και την περιεκτικότητα σε ορισμένες βιταμίνες και μέταλλα. Επίσημως, οι πρώτες διατροφικές ετικέτες εμφανίστηκαν στα τρόφιμα το 1994.

Το 2014, ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων των Ηνωμένων Πολιτειών (FDA) εξέδωσε ενημερωμένους κανονισμούς για τη διατροφική επισήμανση. Αυτή είναι η πρώτη σημαντική αλλαγή στις διατροφικές ετικέτες από τότε που εισήχθησαν. Οι περισσότερες εταιρείες τροφίμων είχαν ολοκληρώσει την ενημέρωση των ετικετών τους έως την πρώτη Ιανουαρίου του 2021 .

Στις 13 Δεκεμβρίου του 2014, εφαρμόστηκε και στην Ελλάδα η νέα νομοθεσία από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σε αυτή αναφέρεται ότι είναι υποχρεωτική η παροχή των πληροφοριών της γενικής και διατροφικής επισήμανσης των τροφίμων.

Οι πληροφορίες που πρέπει να αναγράφονται στην διατροφική ετικέτα είναι οι κάτωθι:

1. Η Ενεργειακή αξία του προϊόντος
2. Η ποσότητα των Πρωτεϊνών
3. Η ποσότητα των Υδατανθράκων
4. Η ποσότητα των σακχάρων
5. Η περιεκτικότητα σε Λίπη (κορεσμένα - ακόρεστα)
6. Η ποσότητα σε Φυτικές ίνες και
7. Η ποσότητα σε Νάτριο, βάση της Οδηγίας 90/496/ΕΟΚ (Κυρανάς,2016).

Οι επιπλέον πληροφορίες που θα πρέπει να δίνονται είναι οι παρακάτω:

1. Η Ονομασία του προϊόντος, ο τόπος προέλευσης και η περιγραφή του.

Με την ονομασία πρέπει να προσδιορίζεται ακριβώς το περιεχόμενο του τροφίμου και να αναγράφει πληροφορίες για τη φυσική κατάσταση του και την εξειδικευμένη επεξεργασία που έχει υποβληθεί (κατεψυγμένο, καπνιστό, σκόνη, συμπυκνωμένο

κλπ.), ώστε να διακρίνεται από άλλα προϊόντα. Υποχρεωτική είναι και η αναφορά του τύπου προέλευσης για κατηγορίες προϊόντων, όπως το κρέας, τα λαχανικά και τα φρούτα, ιδιαίτερα όταν το εμπορικό σήμα ή άλλα στοιχεία της ετικέτας μπορούν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή για την πραγματική προέλευση του προϊόντος.

2. Τα στοιχεία του παραγωγού ή του συσκευαστή

3. Η ποσότητα: πρέπει να αναγράφεται η καθαρή ποσότητα του προϊόντος. Στα υγρά αναγράφεται σε μονάδες όγκου [χιλιοστό λίτρα (ml), λίτρα (L)], στα στερεά σε μονάδες μάζας [γραμμάρια (g), κιλά (kg)]. Ενώ για βάρος κάτω των 5 γραμμαρίων δεν απαιτείται η αναγραφή.

4. Η Διάρκεια ζωής – διατήρηση: είναι υποχρεωτική η αναγραφή της ημερομηνίας στην οποία ένα τρόφιμο είναι ασφαλές προς κατανάλωση και μπορεί να διατηρήσει τις ιδιότητές του, κάτω από ειδικές συνθήκες συντήρησης. Στα τρόφιμα που έχουν διάρκεια ζωής περισσότερη από 3 μήνες, πρέπει να γράφεται ο μήνας και το έτος μέχρι το οποίο θα πρέπει να καταναλωθούν, ενώ σε τρόφιμα με διάρκεια ζωής μικρότερη των 3 μηνών, πρέπει να γράφεται η ημέρα και ο μήνας. Η φράση «Ανάλωση μέχρι» χρησιμοποιείται για τρόφιμα τα οποία από μικροβιολογικής άποψης είναι ευπαθή και η κατανάλωσή τους μετά το τέλος της ημερομηνίας που αναγράφεται, μπορεί να αποτελεί άμεσος κίνδυνος για την ανθρώπινη υγεία, π.χ. τροφική δηλητηρίαση. Όλα τα νωπά προϊόντα που είναι συσκευασμένα πρέπει να αναφέρουν αυτή την ημερομηνία λήξης. Με την φράση «Ανάλωση κατά προτίμηση πριν από το τέλος» αναφερόμαστε σε τρόφιμα που μπορούν να διατηρηθούν περισσότερο καιρό (δημητριακά, κονσέρβες, μπαχαρικά κ.α.), τα οποία μετά την λήξη της ημερομηνίας μπορεί να υποβαθμιστούν ποιοτικά (αλλοίωση υφής και γεύσης), αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις δεν είναι επικίνδυνα για την υγεία.



Εικόνα 9 (Αναγραφή ημερομηνίας λήξης)

5. Οι οδηγίες χρήσης και οι συνθήκες συντήρησης: Πρέπει να αναγράφονται οι οδηγίες για την ασφαλή συντήρηση των προϊόντων π.χ. «διατηρείται στους 0-5 °C» ή να «διατηρείται σε δροσερό και ξηρό μέρος», ή «μετά το άνοιγμά του να φυλάσσεται στο ψυγείο για 3-6 ημέρες» κ.τ.λ. διότι η ημερομηνία λήξης από μόνη της δεν διασφαλίζει την ασφάλεια των καταναλωτών γιατί οι μη κατάλληλες συνθήκες συντήρησής του μπορεί να το καταστήσουν επικίνδυνο και πριν από την προτεινόμενη ημερομηνία λήξης.

6. Ο κατάλογος των συστατικών τους: Τα συστατικά που περιέχουν τα τρόφιμα πρέπει να αναφέρονται σε μια λίστα κατά φθίνουσα σειρά ανάλογα με το βάρος τους. Κάθε ουσία που χρησιμοποιείται για την παρασκευή ενός τροφίμου και υπάρχει ακόμα και σε τροποποιημένη μορφή λέγεται «Συστατικό».

Η επισήμανση που πρέπει να έχει μια διατροφική ετικέτα παρατίθενται ως κάτωθι και παρουσιάζονται στην εικόνα.

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ				
Σιτάρι ολικής άλεσης, σιτάρι, ρύζι, ζάχαρη, αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη, αλάτι				
ΣΗΜΕΙΩΣΗ: ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΓΑΛΑ, ΣΙΤΑΡΙ				
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ				
	Ανά 100 γραμ. προϊόντος	Ανά μερίδα (30 γραμ.) προϊόντος		
ΕΝΕΡΓΕΙΑ	1.594 kJ	376 kcal	478 kJ	113 kcal
ΠΡΩΤΕΪΝΕΣ	13 γραμ.		3,9 γραμ.	
ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΕΣ	78 γραμ.		23,4 γραμ.	
Σάκχαρα	19 γραμ.		5,7 γραμ.	
ΛΙΠΗ	1,3 γραμ.		0,39 γραμ.	
Κορεσμένα	0,4 γραμ.		0,12 γραμ.	
ΦΥΤΙΚΕΣ ΙΝΕΣ	3 γραμ.		0,9 γραμ.	
ΑΛΑΤΙ	0,95 γραμ.		0,29 γραμ.	
Νάτριο	0,38 γραμ.		0,11 γραμ.	

Πίνακας 1(Σύμβολα των συσκευασιών και συμμόρφωση προς το περιβάλλον)

7. Τα Αλλεργιογόνα, οι Γενετικοί Τροποποιημένοι Οργανισμοί (ΓΤΟ), τα πρόσθετα καθώς και τα Νανοϋλικά: Πρέπει στον κατάλογο να αναγράφονται υποχρεωτικά τα πιθανά αλλεργιογόνα, καθώς και οι ουσίες που προέρχονται από Γενετικά Τροποποιημένους Οργανισμούς (ΓΤΟ). Υποχρεωτική είναι ακόμα η αναγραφή στον κατάλογο όταν η γενετική τροποποίηση του προϊόντος υπερβαίνει σε ποσοστό το 0,9%. Ακόμη, πρέπει να αναγράφονται και τα πρόσθετα τροφίμων, σε φυσικές ή συνθετικές ουσίες, όπως χρωστικές, συντηρητικά, σταθεροποιητές, αντιοξειδωτικά κ.ά, που έχουν έναν κωδικό «Ε», αυτό είναι το δηλωτικό της έγκρισης της ουσίας για την χρήση του ως πρόσθετου τροφίμου από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Αναγραφή πρέπει να γίνεται και σε όλα τα συστατικά που περιέχονται υπό την μορφή τεχνολογικά επεξεργασμένων νανοϋλικών, ακολουθούμενα από την λέξη «νανο».

8. Τοποθέτηση σήμανσης του προϊόντος ως Βιολογικό: Η αναγραφή της λέξης «βιολογικό» στη συσκευασία των τροφίμων είναι αυστηρά ρυθμιζόμενη από νομοθεσία της ΕΕ. Επιτρέπεται μόνο σε ειδικές μεθόδους παραγωγής τροφίμων, οι οποίες τηρούν υψηλά πρότυπα προστασίας του περιβάλλοντος και καλή μεταχείριση των ζώων αλλά και μόνο όταν το 95% των γεωργικών συστατικών τους είναι πιστοποιημένα βιολογικά.

Στον πίνακα που ακολουθεί γίνεται αναφορά στα σύμβολα τα οποία έχουν σχέση με το περιβάλλον (ΕΦΕΤ,2015).



Πίνακας 2(σύμβολα σε σχέση με το περιβάλλον)

9. Ο Αριθμός παρτίδας: Η αναγραφή του αριθμού παρτίδας, π.χ. R305902555, είναι πολύ σημαντική για την ασφάλεια τροφίμων και κατά συνέπια και των καταναλωτών. Αναφέρει σε ποια παρτίδα και σε ποια γραμμή παραγωγής αντιστοιχεί το προϊόν και έτσι μπορεί εύκολα να ανακληθεί σε περίπτωση μιας "ελλατωματικής" παρτίδας.

10. Ο κωδικός αριθμός προϊόντος: Είναι ένας πολυψήφιος αριθμός σε γραμμικό κώδικα (barcode), στον οποίο τα 3 πρώτα ψηφία δηλώνουν τη χώρα παραγωγής, τα επόμενα 4 την εταιρεία παραγωγής, τα επόμενα 5 το εμπορικό προϊόν και το τελευταίο είναι το ψηφίο ελέγχου.

11. Αναφορές για τις θρεπτικές ιδιότητες του προϊόντος: Οι αναφορές για τις θρεπτικές ιδιότητες, αναγράφονται έτσι ώστε να προσδιορίζουν τις ιδιαίτερες ευεργετικές θρεπτικές ιδιότητες του τροφίμου π.χ. την ενέργεια που παρέχει στον καταναλωτή ή τις θρεπτικές ουσίες (βιταμίνες, ιχνοστοιχεία κ.α.) και οποιαδήποτε άλλης ουσίας που περιέχονται σε αυτό που είτε σε αυξημένο είτε μειωμένο ποσοστό ή ότι δεν περιέχεται σε αυτό, λ.χ. «χαμηλά λιπαρά», «υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες», «χωρίς γλουτένη» κλπ. Ακόμη, οι αναφορές για τις υγιεινές ιδιότητες ενός προϊόντος, γνωστοποιούν την επίδραση που έχει το τρόφιμο ή ένα συστατικό του στην υγεία του καταναλωτή. Οι αναφορές διατροφής και υγείας επιτρέπονται μόνο όταν αυτές είναι αληθείς, δεν δημιουργούν αμφιβολία στον καταναλωτή σχετικά με την ασφάλεια και την θρεπτική επάρκεια άλλων τροφίμων, δεν παραπέμπουν στην υπερβολική κατανάλωση του τροφίμου και δεν «τρομοκρατούν» τον καταναλωτή.

12. Η Ποσότητα του συστατικού στα τρόφιμα: Πρέπει να αναγράφεται όταν υπάρχει κάποιο συστατικό το οποίο καθορίζει την ταυτότητα του προϊόντος και φαίνεται από την ονομασία ή την περιγραφή του.

13. Γραμμή επικοινωνίας: Πρέπει να αναγράφεται ο τρόπος επικοινωνίας του καταναλωτή με την εταιρεία παραγωγής, ή την εταιρεία διανομής ή την εταιρεία εισαγωγής, Αυτό μπορεί είναι είτε μέσω ή μέσω email της ιστοσελίδας (ΕΦΕΤ,2015).

14. Προειδοποιητική σήμανση και τηλέφωνο κέντρου δηλητηριάσεων

Επιπλέον σε συγκεκριμένες κατηγορίες τροφίμων υπάρχουν ειδικές απαιτήσεις στις επισημάνσεις οι οποίες παραθέτουμε στην συνέχεια.

- Στα ποτά που περιέχουν αλκοόλ, και ο προορισμός τους είναι είτε για την εγχώρια αγορά είτε για την εξαγωγή είτε για τα λοιπά Κράτη – Μέλη της ΕΕ.

Πρέπει στην επισήμανση να περιλαμβάνονται υποχρεωτικά οι ακόλουθες ενδείξεις:

I. Η επωνυμία της εταιρίας

II. Ο κατ' όγκον αλκοολικός τίτλος %

III. Ο όγκος του περιεχόμενου αλκοολικού ποτού σε λίτρα ή υποδιαιρέσεις αυτών

IV. Τα στοιχεία του ποτοποιού παρασκευαστή (ιδιότητα, ονοματεπώνυμο ή επωνυμία, διεύθυνση)

V. Ο αριθμός της παρτίδας.

- Ποτά που περιέχουν καφεΐνη μεγαλύτερη των 150mg/l, στο σημείο που γίνεται η αναγραφή της επωνυμίας του προϊόντος πρέπει να αναγράφεται και η επισήμανση, mg καφεΐνης / 100ml προϊόντος («High Caffeine»).

- Φυσικά Μεταλλικά Νερά τα οποία ανήκουν στις κατηγορίες, φυσικώς αεριούχα από πηγή ή με προσθήκη διοξειδίου του άνθρακα. Πρέπει να γίνει η αναγραφεί της χημικής σύστασης, ονομασία πηγής, τόπος προέλευσης, εταιρία εμφιάλωσης του, τον αριθμό έγκρισης καθώς και τι επεξεργασίες έχει υποστεί.

- Στο ελαιόλαδο υπάρχουν υποχρεωτικές ενδείξεις αναγραφής όπως: η ονομασία (π.χ. εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, πυρηνέλαιο κ.α.), μηχανικές μέθοδοι παρασκευής (π.χ. ψυχρή έκθλιψη). Ακόμη πρέπει να αναγράφεται η καθαρή του ποσότητα, η εμπορική του επωνυμία και τα στοιχεία του παρασκευαστή ή του συσκευαστή, ο αριθμός της παρτίδας του, η ημερομηνία λήξης του και οι συνθήκες διατήρησής του. Μπορεί ακόμα να αναγράφονται και ενδείξεις οι οποίες είναι προαιρετικές όπως: το κράτος-μέλος που προέρχεται (κωδικός EL 40), την ένδειξη της οξύτητας με την αναγραφή και των δεικτών υπεροξειδίων την απορρόφηση στο υπεριώδες και την περιεκτικότητα σε κηρούς, καθώς και την ένδειξη ΠΟΠ ή ΠΓΕ βάση του κανονισμού 2081/92 και του κανονισμού 510/2006.

- Στο μέλι υπάρχουν υποχρεωτικές ενδείξεις αναγραφής όπως: ο τόπος προέλευσης που έγινε η συγκομιδή, το είδος του μελιού (πέυκου, θυμαρίσιο, ανθέων κ.λ.π.) και προαιρετικά τα ειδικά ποιοτικά του κριτήρια.

- Στα νωπά αλιεύματα πρέπει να αναγράφονται: το εμπορικό όνομα του ψαριού ή των προϊόντων των ψαριών, η μέθοδος αλιείας ή υδατοκαλλιέργειες. Την ζώνη αλίευσης (FAO) ή την χώρα προέλευσης αλλά και η ημερομηνία που έγινε η αλίευση.

- Στα κατεψυγμένα αλιεύματα, επιπλέον των παραπάνω ενδείξεων πρέπει να αναγράφεται το ποσοστό επίπαγου: μεγαλύτερο του 10%, για ολόκληρα ψάρια μεγαλύτερο του 15% για τεμαχισμένα ψάρια, καθώς και το σήμα καταλληλότητας της εγκατάστασης όπου γίνεται η κατάψυξη. Επίσης αναγράφεται εκτός από την ημερομηνία αλίευσης και η ημερομηνία κατάψυξης.

- Στα βιολογικά προϊόντα πρέπει να αναγράφεται το «σήμα συμμόρφωσης πιστοποιημένων προϊόντων βιολογικού τρόπου παραγωγής», το οποίο χορηγείται μαζί με το πιστοποιητικό συμμόρφωσης από τον ΟΠΕΓΕΠ. Γίνεται η αναγραφεί του ονόματος και του κωδικού αριθμού του Οργανισμού Ελέγχου, βάσει του οποίου ο επιχειρηματίας που παράγει ή παρασκευάζει ή εισάγει από τρίτες χώρες αυτά τα προϊόντα. Τέλος, είναι υποχρεωτικό να αναγράφεται η φράση προϊόν βιολογικής γεωργίας – φυτικής προέλευσης, ενώ στα μεταποιημένα προϊόντα να υπάρχει ένδειξη του βιολογικού τρόπου παραγωγής τους, η λίστα των συστατικών και το ποσοστό % των συστατικών της γεωργικής, βιολογικής προέλευσης.

-Στους χυμούς γίνεται υποχρεωτικά η αναγραφή: α. σε αυτούς που έχει προστεθεί ζάχαρη για την γλύκανσή του, η ένδειξη «με προσθήκη ζάχαρης », και ακολουθεί η ποσότητα σε γραμμάρια ανά λίτρο. β. σε αυτούς που έχουν προστεθεί «πούλπα» φρούτων πρέπει να αναγράφει 100% φυσικός χυμός και γ. για το μείγμα από συμπυκνωμένο χυμό ή νέκταρ φρούτων, πρέπει να γίνεται η επισήμανση «παρασκευασμένο από συμπυκνωμένους χυμούς» δίπλα στην ονομασία του και η περιεκτικότητα σε φρούτα.

1.4 Υποστρώματα που χρησιμοποιούνται σε ετικέτες

Στον κλάδο της συσκευασίας και συγκεκριμένα όσο αναφορά τις ετικέτες προϊόντων χρησιμοποιούνται ευρεία γκάμα υλικών υποστρωμάτων και επιστρώσεων. Αρχικά, η σύνθεση μια ετικέτας αποτελείται από το facestock το οποίο είναι η εκτυπώσιμη περιοχή στην μπροστινή μεριά , την πίσω όψη με την κόλλα (adhesive) και τέλος το liner το οποίο είναι το προστατευτικό υλικό πριν την τοποθέτηση και όπου μετά αφαιρείται. Η επιλογή του υποστρώματος που θα χρησιμοποιηθεί γίνεται με βάση κάποια κριτήρια όπως: το υλικό της συσκευασίας στο οποίο θα επικολληθεί διότι δεν κολλάνε εξίσου καλά όλες οι κόλλες με όλες τις συσκευασίες, το που θα αποθηκεύονται

τα τελικά προϊόντα και οι συνθήκες που θα επικρατούν όπως υγρασία, επαφή με νερό, εκτεταμένη έκθεση στον ήλιο και ακραίες θερμοκρασίες. Τέλος εξίσου σημαντικό ρόλο παίζουν και οι απαιτήσεις του πελάτη για το προϊόν αλλά και το κόστος που διαθέτει. Παρακάτω παρατίθενται μερικά από τα πιο γνωστά υλικά που χρησιμοποιούνται στις ετικέτες και οι ιδιότητες τους.

I. Πλαστικές

- Άσπρου χρώματος από πλαστικό (white BOPP)

Χρησιμοποιείται ευρέως για πολλές εργασίες και είναι ανθεκτικό στο νερό και τα έλαια, ακόμα και σε χαμηλές θερμοκρασίες το οποίο το κάνει ιδανικό υλικό για ετικέτες κατεψυγμένων τροφίμων. Η τοποθέτησή του μπορεί εύκολα να γίνει μηχανικά από αυτόματες μηχανές αλλά ακόμα και με το χέρι για μικρές εργασίες με λίγα αντίτυπα. Το συναντάμε στην αγορά σε ετικέτες για μπίρες, κρασιά, τρόφιμα και καλλυντικά.



Εικόνα 10 (Ρολό από white BOPP υλικό)

- Άσπρες Βινυλίου

Πρόκειται για ένα παχύ και ανθεκτικό υλικό το οποίο είναι επίσης αδιάβροχο και ενδείκνυται και για εξωτερική χρήση. Η κόλλα του είναι γερή και ελαστική και μπορεί επίσης να τοποθετηθεί εύκολα μια-μια με το χέρι πάνω στην συσκευασία. Συνήθως χρησιμοποιείται για στενές ετικέτες (περίπου 2 με 3 εκατοστά) σε προϊόντα βιομηχανίας, κρέμες και καλλυντικά.



Εικόνα 11(Ετικέτες από άσπρο βινύλιο)

- Άσπρες πλαστικές αφαιρούμενες

Είναι διαφορετικές από όλες τις προηγούμενες διότι η κόλλα που χρησιμοποιείται είναι αδύναμη και μπορεί να αφαιρείται χωρίς να αφήνει υπολείμματα στην συσκευασία. Για εργασίες που χρειάζονται προσωρινές ετικέτες όπως για παράδειγμα διαφημιστικού σκοπού.

- Ιριδίζον (holographic)

Πρόκειται για ένα χρωματιστό πλαστικό υλικό το οποίο θα κεντρίσει το μάτι του αγοραστή αλλά παράλληλα είναι και ανθεκτικό στο νερό και τις υψηλές θερμοκρασίες (<150°C). Συνήθως λαμινάρεται στο τέλος με επιστρώσεις gloss για πιο εντυπωσιακό αποτέλεσμα. Το συναντάμε σε συσκευασίες καφέ, μπουκάλια και πολλά άλλα.



Εικόνα 12 (Ιριδίζον υπόστρωμα για ετικέτα ασφαλείας)

- Μεταλλικής όψης (metallic)

Πλαστικό υλικό προπυλενίου που διατίθεται σε διάφορα χρώματα που προσδίδουν μεταλλική υφή. Ιδανικό για συσκευασίες πολυτελείας και διακοσμητικές . Έχουν ένα συγκεκριμένο πάχος ,είναι πολύ ανθεκτικές και κατάλληλες για τοποθέτηση με αυτόματες μηχανές. Ιδανικό για κρασιά, κουτιά πολυτελείας κρέμες και καλλυντικά.

- Διάφανες από πλαστικό (clear και ultra clear)

Οικονομική λύση που χρησιμοποιείται ευρέως στην αγορά. Ανθεκτικές ακόμα και σε χαμηλές θερμοκρασίες. Χρειάζεται προσεκτική μεταχείριση κατά την παραγωγή διότι αν τοποθετούνται με το χέρι μπορεί να φανούν δαχτυλιές πάνω στο υλικό. Τις συναντάμε κυρίως σε συσκευασίες που βρίσκουμε σε σούπερ μάρκετ όπως χυμών, τροφίμων και γυάλινες συσκευασίες.



Εικόνα 13 (Διάφανες ετικέτες)

- Thermal paper

Είναι ένα πολύ ιδιαίτερο υλικό το οποίο δεν χρειάζεται εκτύπωση αλλά εμφανίζει τις πληροφορίες μέσω μια χημικής διαδικασίας με την βοήθεια της θερμότητας. Κυρίως το συναντάμε σε άσπρη matte όψη. Λόγω αυτής της χημικής διεργασίας η ζωή της ετικέτας είναι από 18 έως και 24 μήνες μέχρι να ξεθωριάσει και γι' αυτό το λόγο χρησιμοποιείται για προσωρινές ετικέτες όπως barcode ή ετικέτες αποστολών με διευθύνσεις και προσωπικά δεδομένα πάνω που θέλουμε να σβηστούν μετά από κάποιο διάστημα.



Εικόνα 14 (Θερμικές ετικέτες για δελτία αποστολών)

II. Χάρτινες

Οι χάρτινες ετικέτες είναι ιδιαίτερα οικονομικές και προσδίδουν έναν χαρακτήρα στο προϊόν. Ενδείκνυνται για μικρότερες παραγωγές όμως επηρεάζονται εύκολα από εξωτερικές συνθήκες, νερό και υγρασία. Γι' αυτό το λόγο συνήθως επιστρώνονται για προστασία.

- Άσπρες χάρτινες

Οι πιο συνηθισμένες στην αγορά, αποτελεί πολύ οικονομική λύση αλλά είναι εξίσου και ανθεκτικές. Είναι αδιαφανής και έτσι μπορούν να κάνουν το χρώμα και τα γραφιστικά στοιχεία να ξεχωρίζουν. Χρησιμοποιείται σε κουτιά, βάζα, μπίρες και τρόφιμα που δεν χρειάζονται ψυγείο.

- Estate 4

Είναι ένα είδος χαρτιού με υφή το οποίο είναι πιο ανθεκτικό και αδιάβροχο. Προσδίδει μια κομψότητα και το συναντάμε συνήθως σε κρασιά, βάζα, συσκευασίες καφέ και καλλυντικών αλλά ακόμα και σε ετικέτες αποστολών για εξωτερική χρήση.



Εικόνα 15 (Ρολό ετικέτας από Estate 4)

- Black Vellum

Χάρτινο υλικό μαύρου χρώματος που έχει υποστεί χημική διεργασία ώστε να γίνει ανθεκτικό σε νερό και έλαια. Είναι ιδανικό για συσκευασίες μαύρου χρώματος όπως κρασιά και κουτιά πολυτελείας.



Εικόνα 16 (Black Vellum ετικέτες πολυτελείας)

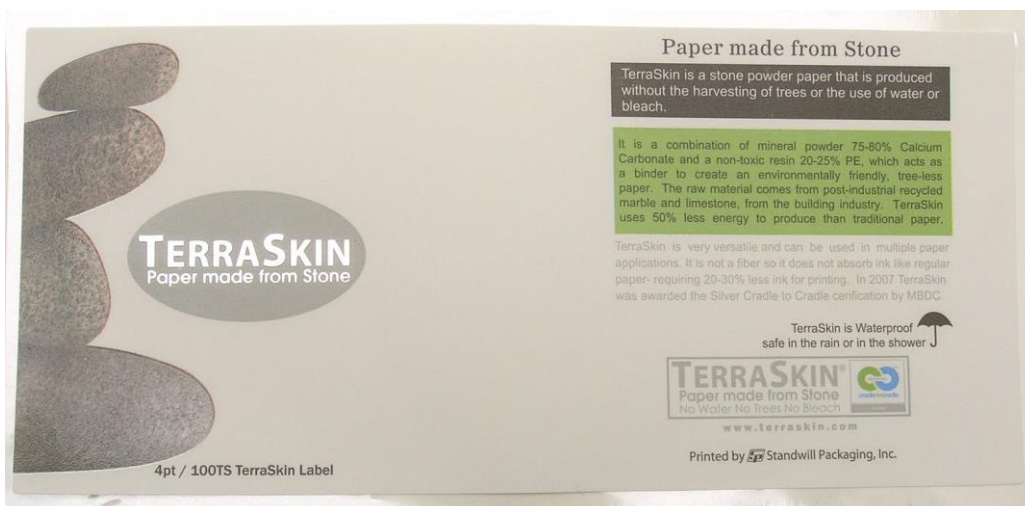
III. Υλικά φιλικά προς το περιβάλλον

Όλοι γνωρίζουμε το τεράστιο πρόβλημα της μόλυνσης του πλανήτη, γι' αυτό το λόγο όλοι οι κλάδοι ακόμα και αυτός της συσκευασίας θα πρέπει να κάνει μικρά "βήματα" για ένα καλύτερο οικολογικό αποτύπωμα. Επίσης όταν ένα προϊόν διαφημίζεται ως

ανακυκλώσιμο και φιλικό προς το περιβάλλον έτσι θα πρέπει να είναι και η συσκευασία. Γι' αυτό το λόγο υπάρχουν :

- Terra skin

Υλικό που θυμίζει χαρτί φτιαγμένο από 80% ανθρακικό ασβέστιο και 20% πολυαιθυλένιο. Είναι αδιάβροχο αλλά χρειάζεται λαμινάρισμα στο τελικό στάδιο παραγωγής. Συναντάται σε συσκευασίες οργανικών προϊόντων και τρόφιμα.



Εικόνα 17 (Οικολογικό χαρτί Terra skin)

- Ανακυκλώσιμο kraft

Είναι ένα πολύ χαρακτηριστικό και αναγνωρίσιμο είδος χαρτιού με καφετί χρώμα και ιδιαίτερη υφή. Προσδίδει χαρακτήρα στην συσκευασία και ταιριάζει πολύ για χρωματιστές ετικέτες. Χρησιμοποιείται συνήθως σε βάζα, συσκευασίες καφέ και οργανικά προϊόντα.



Εικόνα 18 (Παραδείγματα ετικετών από χαρτί kraft)

Όπως αναφέραμε και παραπάνω οι επιστρώσεις είναι εξίσου σημαντικές με την επιλογή του υποστρώματος, εξαρτάται από τα επιπλέον χαρακτηριστικά που θέλουμε να προσδώσουμε στο υλικό, την όψη του, την προστασία αλλά και την χρήση του. Έτσι χωρίζονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: τα gloss τα οποία δίνουν μια επιπλέον λάμψη και κάνουν τα χρώματα να ξεχωρίζουν αλλά παράλληλα προστατεύουν από εξωτερικές συνθήκες και γρατζουνιές, τα matte που δίνουν μια διαφορετική ύφη και επίσης προστατεύουν τα μελάνια και τέλος τα UV με την πολυτελή όψη τους ιδανικό για ετικέτες εξωτερικής χρήσης.

Κεφάλαιο 2 – Είδη Ετικετών

2.1 Κλασικές ετικέτες

Οι ετικέτες παίζουν καθοριστικό ρόλο στην παρουσίαση και προώθηση των προϊόντων και την διαφήμιση (branding) των εταιριών τους. Συνοδεύοντας τις συσκευασίες περιγράφουν τα προϊόντα και την εταιρία παραγωγής τους και αναφέρουν επιπρόσθετες πληροφορίες σχετικά με αυτά όπως για παράδειγμα τα συστατικά τους, την διάρκεια ζωής τους, τις οδηγίες χρήσης και πλυσίματος και τέλος πολύ σημαντικό επίσης είναι να αναγράφονται προειδοποιήσεις σωστής απόρριψης. Είναι μεγάλης σημασίας η κατανόηση σε βάθος των διαφορετικών ειδών ετικέτας ώστε το τελικό προϊόν να είναι θελκτικό προς τον πελάτη. Μια καλή ετικέτα όσο και μια σωστή συσκευασία είναι απαραίτητα στοιχεία για την διαφήμιση του προϊόντος, την προστασία του, τη μεταφορά του, την αποθήκευση του και την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές. Πρέπει όχι μόνο να παρέχει βασικές πληροφορίες αλλά και να έχει μια καλαίσθητη και πρωτότυπη εμφάνιση που θα αιχμαλωτίζει το βλέμμα του καταναλωτή.

Ο κύριος στόχος τους είναι να προσφέρουν σχετικές πληροφορίες για το προϊόν, όπως η ονομασία του, τα συστατικά του, οι οδηγίες χρήσης, οι πληροφορίες για τον κατασκευαστή, διαφημιστικό πρόσθετο υλικό και πληροφορίες για την τιμολόγηση. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι ευανάγνωστες, να τηρούν τις νομοθεσίες και ικανές να παραμένουν μαζί με ένα προϊόν για όσο διάστημα διατηρείται η συσκευασία.

Υπάρχουν ετικέτες που πρέπει νομικά να παρέχουν ορισμένες πληροφορίες σχετικά με το προϊόν. Παρακάτω παρατίθενται μερικά παραδείγματα:

- Οι κατάλογοι συστατικών απαιτούνται σε όλες τις ετικέτες τροφίμων από τον Οργανισμό Τροφίμων και Φαρμάκων.
- Η Επιτροπή Προστασίας και Ασφάλειας των Καταναλωτών επιβάλλει προειδοποιήσεις κινδύνου πνιγμού για παιχνίδια με μικρά μέρη. Απαιτούνται επίσης προειδοποιήσεις ασφυξίας σε πλαστικά προϊόντα ή προϊόντα που περιέχουν λάτεξ.
- Πολλά μέρη απαιτούν πληροφορίες σχετικά με την εξαργύρωση των επιστρεφόμενων δοχείων για μπουκάλια και κουτιά.

Εάν οι επιχειρήσεις δεν συμπεριλάβουν αυτά τα νομικά απαραίτητα στοιχεία στην ετικέτα, κινδυνεύουν με πρόστιμα και νομικές ενέργειες.

Κατηγορίες κλασικών ετικετών

Υπάρχουν 4 μεγάλες κατηγορίες αναλόγως των πληροφοριών που φέρουν πάνω τους:

- **Εμπορικές ετικέτες:** Οι ετικέτες εμπορικών σημάτων, όπως αυτές σε είδη ένδυσης και καλλυντικά, αναγράφουν αποκλειστικά το εμπορικό σήμα του προϊόντος. Τις χρησιμοποιούν για να ενισχύσουν την ταυτότητα της μάρκας τους και να επικοινωνήσουν συγκεκριμένα μηνύματα στους καταναλωτές. Μπορεί να είναι είτε αφαιρούμενες είτε μόνιμες.

- **Ενημερωτικές ετικέτες:** Αυτές οι ετικέτες παρέχουν λεπτομέρειες σχετικά με το προϊόν, όπως το όνομα του κατασκευαστή, την ημερομηνία κατασκευής και λήξης, λογότυπα ανακύκλωσης, προειδοποιήσεις, αλλεργιογόνα, προληπτικά μέτρα, διατροφικές λεπτομέρειες και άλλα βασικά στοιχεία που δεν μπορεί να παραλειφθούν. Οι ενημερωτικές ετικέτες είναι πιο λεπτομερείς και φέρουν κείμενο.

- **Περιγραφικές ετικέτες:** Μια περιγραφική ετικέτα παρέχει χώρο για να εξηγηθεί περαιτέρω το προϊόν με περισσότερες λεπτομέρειες όπως, ορθής χρήσης και αποθήκευσης, χαρακτηριστικά ασφαλείας, πιστοποιητικά φιλικότητας προς το περιβάλλον, σήμα vegan και άλλα στοιχεία. Χρησιμοποιούνται κατά κόρον σε βιομηχανικά προϊόντα..

- **Ετικέτες βαθμού ποιότητας:** Οι ετικέτες βαθμού είναι γράμματα, αριθμοί, εικονίδια ή κλίμακες που τραβούν την προσοχή του καταναλωτή και υποδεικνύουν την ποιότητα ή τον βαθμό ενός προϊόντος. Για παράδειγμα, αυτές χρησιμοποιούνται συνήθως σε πυροσβεστήρες ή όταν υπάρχει ανάγκη εμφάνισης διαιτολογικών βαθμολογιών. Ανάλογα με το προϊόν, αυτές οι ετικέτες μπορεί να αποτελούν κρίσιμο μέρος της επισήμανσης του προϊόντος (απαιτείται από το νόμο) ή πρόσθετες πληροφορίες για τους πελάτες ώστε να αξιολογούν γρήγορα την ποιότητα του προϊόντος (προαιρετική εμφάνιση πληροφοριών).

Είδη ετικετών:

- Κοινές ετικέτες

Μια ετικέτα προϊόντος μπορεί να είναι κατασκευασμένη από χαρτί, ύφασμα, μέταλλο, πλαστικό ή άλλο υλικό και μπορεί να είναι είτε αυτοκόλλητη ή πρόσθετη. Το δημοφιλέστερο προϊόν αποτελούν οι **αυτοκόλλητες ετικέτες**, οι χρήσεις τους προορίζονται για εφαρμογές μεγάλου εύρους, έχουν την καλύτερη προβολή του brand, την μεγαλύτερη παροχή πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα και μια εικαστική παρέμβαση στο αντικείμενο που θα εφαρμοστούν. Στις ετικέτες υπάρχει μεγάλη ποικιλία, ανάλογα με την επιφάνεια στην οποία προορίζεται η επικόλληση, οι συνθήκες στις οποίες θα εκτεθούν καθώς και πολλοί άλλοι παράγοντες.

- Ετικέτες συρρίκνωσης (shrink sleeve)

Οι ετικέτες αυτές αποτελούνται από ένα πολυμερές πλαστικό φιλμ. Με αυτή την τεχνική η μεμβράνη τυλίγεται πλήρως γύρω από την συσκευασία, που στις περισσότερες φορές είναι μπουκάλια, και θερμαίνεται μέχρι να συρρικνωθεί και να εφαρμόσει τέλεια πάνω της. Το πολυμερές αυτό πλαστικό είναι αρκετά ανθεκτικό πράγμα που το καθιστά ιδανικό για προϊόντα που ενδέχεται να αποθηκευτούν σε ελαφρώς πιο σκληρά περιβάλλοντα, παράλληλα όμως αναδεικνύει τα γραφικά ενώ δεν αλλοιώνει το κείμενο. Συναντώνται συχνά στα εμφιαλωμένα ποτά, ιδίως αυτά που διατηρούνται στο ψυγείο και διατίθενται σε διάφορες αποχρώσεις και υφές, όπως με γυαλιστερές και ματ επιστρώσεις. Επομένως, οι ετικέτες συρρίκνωσης είναι χρήσιμες για την προώθηση προϊόντων στην αγορά.

- Ετικέτες In-Mold

Αυτές οι ετικέτες είναι αρκετά χαρακτηριστικές σε σύγκριση με πολλά άλλα είδη ετικετών. Ξεκινούν ως χάρτινες ή πλαστικές που χρησιμοποιούν κόλλες, όπως ακριβώς και οι απλές ετικέτες. Στην συνέχεια υποβάλλονται σε μια διαδικασία που ονομάζεται χύτευση με εμφύσηση αφού εκτυπωθούν. Επεξηγηματικά, η ετικέτα εγχέεται μέσα στο υλικό συσκευασίας συνήθως με την βοήθεια της θερμότητας. Σε αντίθεση με τις κοινές ετικέτες οι οποίες επικολλώνται στην εξωτερική μεριά της συσκευασίας, το είδος αυτό δίνει στην ετικέτα την εντύπωση ότι αποτελεί μέρος του περιέκτη. Δεδομένου ότι οι ετικέτες αυτές προστατεύονται ουσιαστικά από το υπόστρωμα της συσκευασίας, το οποίο συχνά είναι πολυμερικό, έχει ως αποτέλεσμα να είναι πολύ πιο ανθεκτικές από τις τυπικές ετικέτες προϊόντων. Συχνά τις συναντάμε σε μπουκάλια απορρυπαντικών και γενικά είναι μια πολύ καλή επιλογή για προειδοποιητικές ετικέτες λόγω της αντοχής τους.

- Dry-Peel ετικέτες

Οι ετικέτες αυτές δημιουργούνται με έναν πολύ συγκεκριμένο στόχο. Στην πίσω τους όψη φέρουν μια κόλλα που μπορεί εύκολα να αποκολληθεί από την συσκευασία του προϊόντος. Εκεί που συναντάμε αυτή την τεχνική περισσότερο είναι σε κουπόνια για τη συμμετοχή σε διαγωνισμούς και διάφορες προωθητικές δράσεις. Επίσης ένα άλλο πλεονέκτημα του είδους αυτού, είναι ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολύπτυχες ετικέτες που δηλαδή η πάνω όψη μπορεί να αποκολληθεί και να εμφανιστεί μια επιπλέον ετικέτα από κάτω. Έτσι δίνεται η δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ενσωματώσουν πρόσθετα γραφικά ή πληροφορίες για τη σωστή ενημέρωση των καταναλωτών αλλά και για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον τους.

- Ετικέτες επανασφράγισης

Όταν εξετάζουμε τα διάφορα είδη ετικετών συσκευασίας προϊόντων, είναι σημαντικό να λάβουμε υπόψη μας και τις ετικέτες επανασφράγισης. Αυτές οι ετικέτες, όπως υποδηλώνει το όνομά τους, προορίζονται για να σφραγίσουν τη συσκευασία ή το δοχείο ενός προϊόντος μόλις αυτό ανοιχτεί. Αν και δεν δημιουργήθηκαν πρόσφατα, οι επανασφραγιζόμενες ετικέτες έχουν γίνει στις μέρες μας πολύ δημοφιλείς. Το γιατί είναι εύκολο να το καταλάβει κανείς αφού η χρησιμότητα και η ευελιξία αυτού του είδους, είναι δεδομένη. Συναντάται κατά κύριο λόγο στις συσκευασίες τροφίμων προς κατανάλωση όπως κρέατα, σνακ και αναψυκτικά καθώς και στα προϊόντα καθαρισμού όπως τα μαντηλάκια και οτιδήποτε άλλο πρέπει να ξανακλείσει μετά το άνοιγμα του για να διατηρηθεί φρέσκο και καθαρό.

- Θερμικές ετικέτες

Όταν οι θερμικές ετικέτες θερμαίνονται, το χρώμα τους αλλάζει. Επειδή δεν χρησιμοποιείται μελάνι ή τόνερ η εκτύπωσή τους διαφέρει σημαντικά από μια συμβατική εκτύπωση. Υπάρχουν επίσης ετικέτες θερμικής μεταφοράς που έχουν σχεδιαστεί για να επιβιώνουν και σε περιβάλλοντα με υψηλές θερμοκρασίες. Το κείμενο και οι εικόνες σε αυτό το είδος εκτυπώνονται κατευθείαν πάνω στο υλικό.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΙΑΣ ΚΛΑΣΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ

Η δημιουργία μιας καλαίσθητης και λειτουργικής ετικέτας προϋποθέτει συγκεκριμένη διαδικασία.

Πριν το σχεδιασμό της ετικέτας, καθορίζουμε τον σκοπό της και το κοινό που θα τη χρησιμοποιεί. Η ετικέτα μπορεί να έχει διάφορους σκοπούς, όπως προαναφέραμε. Μερικές ερωτήσεις που θα πρέπει να κάνουμε πριν την σχεδίαση είναι:

- i. Η ετικέτα θα είναι επιπρόσθετη στην συσκευασία (π.χ. τύπου γραβάτας) ή πρόκειται για αυτοκόλλητη;
- ii. Υπάρχουν ρυθμίσεις ή νόμοι που υπαγορεύουν τι θα αναγράφεται στην ετικέτα που θα πρέπει να τους λάβουμε υπόψη μας;
- iii. Θέλουμε μια ετικέτα που θα διαρκέσει πολλά χρόνια ή μια εφήμερη ;
- iv. Θα είναι ασφαλής για το προϊόν και θα καλύπτει όλες τις σχετικές βιομηχανικές και ρυθμιστικές απαιτήσεις;
- v. Θα μας εξασφαλίζει κορυφαία οικονομική απόδοση και ιδανική ισορροπία μεταξύ κόστους και απόδοσης.
- vi. Και τέλος ενισχύει την αειφορία με μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος του προϊόντος;

Για κάθε σκοπό όμως, πρέπει να σχεδιαστεί μια ετικέτα που να είναι ευανάγνωστη, αναγνωρίσιμη και αντάξια της εταιρίας του προϊόντος.

Σχεδίαση Ετικέτας: Η σχεδίαση της ετικέτας πρέπει να είναι καλαίσθητη και να ανταποκρίνεται στο σκοπό της. Ταυτόχρονα πρέπει να αναδεικνύει το brand και να ακολουθεί τις τάσεις της αγοράς. Με τον καθορισμό αυτών θα μπορούσαμε να δημιουργήσουμε μια ετικέτα που θα έχει τη σωστή τοποθέτηση του λογότυπου, τη σωστή επιλογή χρωμάτων, γραμματοσειράς και γραφικών, τη σωστή επιλογή των υλικών και τη τέλος τη σωστή μέθοδο εκτύπωσης.

Η δημιουργική εργασία για τον σχεδιασμό μιας ετικέτας περιλαμβάνει:

- Συλλογή, μελέτη και επεξεργασία του υποστρώματος, προσδιορισμός και ποιοτικά χαρακτηριστικά σχεδίασης.
- Διάφορες προτάσεις για τον καθορισμό του κατάλληλου, λαμβάνοντας όλες τις παραμέτρους που αναφέραμε.

- Τελικά αρχεία προς εκτύπωση.
- Εκτύπωση δοκιμίου ώστε να ελεγχθεί το τελικό αποτέλεσμα
- Παραγωγή και μεταφορά

ΒΗΜΑ 1: ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΥΠΟΣΤΡΩΜΑΤΟΣ

Το πρώτο βήμα για τη δημιουργία μιας ετικέτας, είναι η επιλογή του κατάλληλου υλικού. Το υπόστρωμα μπορεί να είναι είτε ένα απλό κανονικό χαρτί με διάφορες επιστρώσεις και φινιρίσματα, είτε πολυστρωματικό χαρτί το οποίο αποτελείται από την ένωση δύο στρωμάτων λεπτού πλαστικού που είναι ελαφρώς πιο ανθεκτικό από το χαρτί. Και φυσικά υπάρχουν και τα πολυμερικά υποστρώματα με σαφώς μεγαλύτερη διάρκεια ζωής.

Το υπόστρωμα που χρησιμοποιείται για τις ετικέτες αποτελείται από δυο μέρη, το «*facestock*» πάνω στο οποίο γίνεται η εκτύπωση και το «*liner*» από το οποίο αποκολλάται η ετικέτα και η χρήση του είναι προστατευτική. Στην εξωτερική πλευρά του χαρτιού μπορεί να χρησιμοποιηθεί κάποιο «επίχρισμα» -αν είναι απαραίτητο- είτε για οπτικό αποτέλεσμα είτε για επιπλέον προστασία, όπως για παράδειγμα την αδιαβροχοποίηση. Ανάμεσα στο *facestock* και το *liner* είναι η κόλλα που διατίθεται σε πολλά είδη ανάλογα το υλικό της συσκευασίας και τις συνθήκες φύλαξης του προϊόντος.

Γενικά υπάρχουν διαφορετικοί τύποι κόλλας για ετικέτες:

- **Αποσπώμενη κόλλα:** Με αυτόν τον τύπο κόλλας, αφού εφαρμοστεί η ετικέτα, μπορεί να αφαιρεθεί και να εφαρμοστεί εκ νέου στις περισσότερες περιπτώσεις χωρίς να καταστραφεί η ετικέτα.
- **Μόνιμη Κόλλα:** Αυτός είναι ο τύπος που χρησιμοποιείται περισσότερο. Στην περίπτωση αυτή μόλις εφαρμοστεί η ετικέτα δεν μπορεί να αφαιρεθεί χωρίς να καταστραφεί.
- **Κατάψυξης/Χαμηλής θερμοκρασίας (Deep Freeze):** Αυτή η κόλλα είναι ιδανική για χαμηλές θερμοκρασίες, αν και μπορεί να είναι εξίσου αποτελεσματική και σε θερμοκρασίες δωματίου. Ο συγκεκριμένος τύπος χρησιμοποιείται συνήθως για τρόφιμα κατάψυξης.

ΒΗΜΑ 2: ΕΚΤΥΠΩΣΗ

Η εκτύπωση γίνεται συνήθως σε μεγάλους βιομηχανικούς εκτυπωτές που παράγουν ετικέτες κατά χιλιάδες ή εκατομμύρια την ημέρα. Μπορεί να γίνει είτε σε ρολά είτε σε μεμονωμένα χαρτιά.

Τύποι μεθόδων εκτύπωσης που χρησιμοποιούνται για ετικέτες:

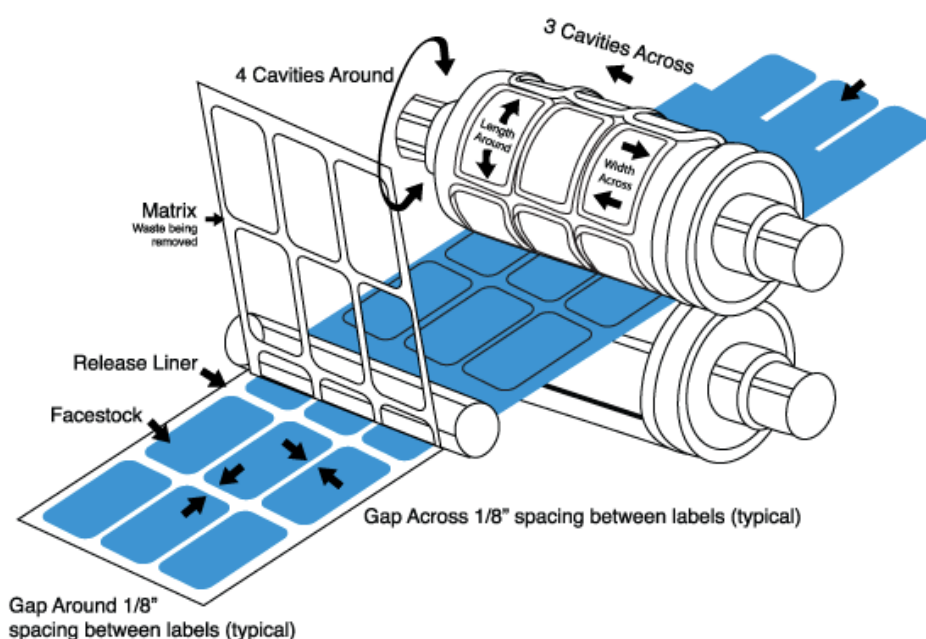
- **Φλεξογραφία:** Είναι μια κοινή μέθοδος εκτύπωσης που χρησιμοποιεί εύκαμπτες πλάκες από καουτσούκ/πλαστικό. Οι πλάκες αυτές τυλίγονται γύρω από τον κύλινδρο πίεσης και έτσι μεταφέρουν το θέμα στην ετικέτα. Χρειάζεται διαφορετική πλάκα για κάθε ξεχωριστό χρώμα που σημαίνει ότι μπορεί να είναι μια σχετικά ακριβή μέθοδος οπότε και συνιστάται για μεγαλύτερα τираάζ.
- **Θερμική εκτύπωση:** Χρησιμοποιείται μια μήτρα με κέρινη βάση για να εκτυπώσει χρησιμοποιώντας θερμότητα. Αυτή η μορφή εκτύπωσης είναι αδιάβροχη αλλά όχι τόσο υψηλής ποιότητας.
- **Inkjet:** Παράγει εικόνες απευθείας στο χαρτί με την χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή. Είναι μια οικονομική επιλογή για μικρότερες ποσότητες αντιτύπων.
- **Εκτύπωση λέιζερ:** Χρησιμοποιείται μια ακτίνα λέιζερ πάνω σε ένα φωτοευαίσθητο τύμπανο, το οποίο θερμαίνει τον γραφίτη και εκτυπώνει τις πληροφορίες στο χαρτί. Το τελικό αποτέλεσμα είναι υψηλότερης ποιότητας και είναι μια πολύ πιο γρήγορη διαδικασία σε σχέση με τις άλλες που αναφέραμε.

ΒΗΜΑ 3: ΚΟΠΗ ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΜΕΤΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Αφού εκτυπωθούν οι ετικέτες, ελέγχονται για την ποιότητα τους και στη συνέχεια στοιβάζονται και μεταφέρονται στο τμήμα των μετεκτυπωτικών εργασιών. Εκεί περιλαμβάνεται η κοπή των ετικετών με μεταλλική πλάκα, διάτρηση, πλαστικοποίηση, καθάρισμα από μη εκτυπωμένους χώρους, συσκευασία και τέλος αποστολή. Καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας πραγματοποιούνται έλεγχοι ποιότητας ώστε να διαπιστωθεί αν τηρούνται οι απαιτούμενες προδιαγραφές από την άποψη των αποστάσεων και των χρωμάτων.

ΒΗΜΑ 4: ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝ

Τέλος, πρέπει κάθε ετικέτα να επικολληθεί πάνω στο προϊόν. Αυτή η διαδικασία είναι ως επί το πλείστον αυτοματοποιημένη και πραγματοποιείται από εξειδικευμένα μηχανήματα. Αυτά τα μηχανήματα ονομάζονται «απλικατέρ» ετικετών που μπορούν να επικολλήσουν εκατοντάδες προϊόντα μέσα σε λίγα λεπτά με εντυπωσιακή ακρίβεια και μπορούν να αγοραστούν για οικιακή καθώς και για επαγγελματική χρήση. Δημοφιλείς μάρκες αυτών των εφαρμογών είναι οι μάρκες *Benchmark*, *PMR*, *Primera* και *Towa*. Η μη αυτόματη εφαρμογή μιας ετικέτας είναι δυνατή κυρίως για μικρές δουλειές, αλλά δεν συνιστάται λόγω του χρόνου και των τυχόν σφαλμάτων.



Εικόνα 19 (Κοπτικό ετικετών)

Όπως αναφέραμε παραπάνω, οι αυτοκόλλητες ετικέτες έχουν εφαρμογή σε τεράστιο εύρος προϊόντων. Ορισμένες από τις δημοφιλέστερες εφαρμογές είναι σε κουτιά, μπουκάλια και άλλα είδη συσκευασίας.

Ποιο αναλυτικά, οι αυτοκόλλητες ετικέτες χρησιμοποιούνται για:

- **Την συσκευασία:** Σε σακούλες, φακέλους, μπουκάλια και σε διάφορα άλλα κουτιά συσκευασίας.

- **Τα Τρόφιμα:** Για την εμφάνιση των πληροφοριών σχετικά με την διατροφική αξία που περιέχουν.
- **Τα Ρούχα:** Δίνοντας πληροφορίες σχετικά με το υλικό, το μέγεθος, τους τρόπους πλυσίματος, κ.α.
- **Τις ταχυδρομικές αποστολές:** Για παροχή πληροφοριών αποστολέα και παραλήπτη και αεροπορικά ταξίδια.
- **Τις αυτοκόλλητες ετικέτες για ενθύμιο:** Ενδεικτικά 10 χρόνια από την ίδρυση μιας εταιρείας.
- **Τις προωθητικές καμπάνιες:** Κουπόνια, διαγωνισμούς, προσφορές κ.ά.

ΤΟ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΣΧΗΜΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ

Αναλόγως την συσκευασία, το σχέδιο και τις πληροφορίες που θα περιλαμβάνονται πάνω στην ετικέτα, προσδιορίζουμε το πιο κατάλληλο σχήμα και μέγεθος. Μερικά παραδείγματα:

- **Στρογγυλές**
Οι στρογγυλές ετικέτες τοποθετούνται ιδανικά σε προϊόντα παρόμοιου σχήματος, όπως κουτιά μπισκότων ή καλλυντικά. Αυτό προσδίδει στα στοιχεία τους μια αριστοκρατική, κομψή εμφάνιση και το σχέδιο αναδεικνύεται.



Εικόνα 20 (Στρογγυλές ετικέτες)

- **Ορθογώνιες και τετράγωνες ετικέτες**

Αυτές χρησιμοποιούνται καλύτερα σε επιμήκη συσκευασίες που χρειάζονται μεγάλο χώρο για κείμενο πάνω στην ετικέτα όπως μπουκάλια και σωλήνες.



Εικόνα 21 (Ορθογώνιες και τετράγωνες ετικέτες)

- **Εξειδικευμένες die-cut ετικέτες (πρέσας)**

Οι ετικέτες προσαρμοσμένου σχήματος γίνονται για να ξεχωρίζουν. Αυτές λειτουργούν τέλεια με διάφανα δοχεία, έτσι ώστε σαν έργα τέχνης να δημιουργούν οπτική αντίθεση με το πραγματικό προϊόν, να το αναδεικνύουν και να το κάνουν πιο θελκτικό στον καταναλωτή.



Εικόνα 22 (Εξειδικευμένες die-cut ετικέτες)

- **Οβάλ ετικέτες**

Οι οβάλ ετικέτες είναι ιδανικές για μινιμαλιστικά σχέδια. Παρέχουν μια καθαρή, απλή, κομψή εμφάνιση που είναι κατάλληλη για μπουκάλια, βάζα και άλλα γκουρμέ τρόφιμα.



Εικόνα 23 (Οβάλ ετικέτες)

Γραμματοσειρές

Ποιες γραμματοσειρές είναι πιο ευανάγνωστες για ετικέτες;

Όταν εξετάζουμε ποια γραμματοσειρά να διαλέξουμε για τις ετικέτες μας είναι ζωτικής σημασίας πρέπει να σκεφτούμε την αναγνωσιμότητα, ειδικά όταν πρόκειται για μικρές επιφάνειες όπως για παράδειγμα στις ετικέτες φαρμάκων. Θα πρέπει το τελικό αποτέλεσμα να φαίνεται επαγγελματικό και σαφές καθώς και όμορφο στα μάτια των καταναλωτών.



Εικόνα 24 (παραδείγματα γραμματοσειρών)

Πώς μια γραμματοσειρά γίνεται ευανάγνωστη;

1. Αντίθεση χρωμάτων από το φόντο και από το προϊόν ώστε να ξεχωρίζει
2. Απόσταση μεταξύ των γραμμάτων αναλόγως και του σχήματος. Για παράδειγμα, όταν πρόκειται για μια στρογγυλή ετικέτα, συνιστάται πιο στενή απόσταση μεταξύ των γραμμάτων για να διασφαλιστεί ότι οι χρήσιμες πληροφορίες παραμένουν σαφώς ορατές από μπροστά.
3. Διάκριση: Πολλές γραμματοσειρές χρησιμοποιούν πανομοιότυπα σχήματα για διάφορα γράμματα ή αριθμούς, οδηγώντας σε πιθανή σύγχυση.
4. Χρήση γραμματοσειρών φιλικών προς τα άτομα με δυσλεξία. Οι λιγότερο "γεμάτες" γραμματοσειρές είναι γενικά οι ευκολότερα αναγνώσιμες. Οι γραμματοσειρές χωρίς «πατούρα», όπως η Arial, καθώς και οι Verdana, Calibri και Century Gothic, χρησιμοποιούνται συνήθως για το σκοπό αυτό. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί κάποια άλλη.

Γραμματοσειρές που χρησιμοποιούνται πιο συχνά:

- Georgia
- Garamond
- Helvetica
- Arial
- Open Sans
- Futura
- Calibri
- Tahoma
- Verdana
- Roboto
- Cambria
- Times New Roman
- Gill Sans

Η επιλογή των γραμματοσειρών για τις ετικέτες επηρεάζει υπερθετικά τον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτό το προϊόν. Μια έντονη γραμματοσειρά μπορεί να έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο, αλλά μπορεί επίσης να επηρεάσει την αναγνωσιμότητα. Το χρώμα είναι επίσης πολύ σημαντικό και δεν είναι λίγες οι φορές που ένα brand ταυτίζεται με ένα συγκεκριμένο συνδυασμό χρωμάτων όπως για παράδειγμα την Coca-Cola με το λευκό και κόκκινο χρώμα ή τα McDonald's με κίτρινο και κόκκινο.



Εικόνα 25 (επώνυμες συσκευασίες τροφίμων)

Πρέπει να λάβουμε υπόψη κατά την σχεδίαση την χρήση αντίθετων χρωμάτων με το οποίο εξασφαλίζεται ότι το κείμενό ξεχωρίζει έντονα από το φόντο, βελτιώνοντας την αναγνωσιμότητα για τους πελάτες.

Συμπερασματικά, οι ετικέτες λειτουργούν ως διάυλος επικοινωνίας μεταξύ μιας εταιρίας και των πελατών τους, δημιουργώντας αξιοπιστία και εμπιστοσύνη. Πέρα από την πρακτική τους αξία, οι ετικέτες προϊόντων ενισχύουν σημαντικά την ελκυστικότητα ενός προϊόντος στο ράφι, επηρεάζοντας την επιλογή των καταναλωτών και είναι απαραίτητα για την διαφήμιση και αναγνώριση της μάρκας. Άλλωστε μελέτες αναφέρουν την καταλυτική επίδραση που αποπνέει η συσκευασία και ετικέτα σε ποσοστό 85% για την επιλογή του από τον καταναλωτή

2.2 Πολύπτυχες ετικέτες

Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενες ενότητες, οι ετικέτες μεταφέρουν πληροφορίες και πολλές φορές αυτά που πρέπει να αναγράφονται πάνω στο προϊόν είναι πολλά με αποτέλεσμα να γίνονται δυσνόητες και με μικρά γράμματα. Ως αποτέλεσμα αυτού είναι η αποτροπή του καταναλωτή από το να αγοράσει το συγκεκριμένο προϊόν αφού

δεν θα μπορεί να αναγνωρίσει βασικές πληροφορίες γι' αυτό και δεν θα ξεχωρίσει κάπως από όλα τα υπόλοιπα που βρίσκονται στα ράφια ενός σουπερμάρκετ. Η λύση που δόθηκε σε αυτό το πρόβλημα είναι: οι ετικέτες πολλαπλών σελίδων. Πιο συγκεκριμένα, είναι ένα τύπος ετικετών, που αποτελούνται από πολλαπλά στρώματα έντυπου υλικού (υποστρώματος) καθένα από τα οποία μπορεί να αποκολληθεί για να αποκαλύψει πρόσθετες πληροφορίες ή οδηγίες. Αυτή την τεχνική την συναντάμε πιο συχνά σε τρόφιμα είδη, αναψυκτικά, είδη υγιεινής, χημικά αλλά και σε μεγάλο βαθμό στην φαρμακοβιομηχανία. Υπάρχουν πολλοί τύποι πολυστρωματικών ετικετών οι οποίες διαφέρουν ως προς την τελική τους χρήση και τα υποστρώματα.

Μερικά από αυτά είναι :

1. Booklets (μορφή βιβλίου)

Από τα πιο γνωστά στην αγορά, για προϊόντα με πολλές πληροφορίες πάνω. Αποτελούνται από μια αυτοκόλλητη βάση που πάνω σε αυτή επικολλώνται όσα φύλλα χρειάζονται. Είναι εύκολο στην χρήση και μπορεί να εκτυπωθεί σε πολλά υποστρώματα και σε έγχρωμη μορφή.



Εικόνα 26 (Ετικετα booklet)

2. Piggyback ετικέτες

Αποτελείται από δυο αυτοκόλλητες ετικέτες η μια πάνω στην άλλη. Από αυτές ξεκολλάει μόνο η πάνω και μπορεί να επικολληθεί κάπου αλλού αφού το επιτρέπει η ειδική κόλλα που χρησιμοποιείται. Το συναντάμε συχνά σε φάρμακα και σε ταχυδρομικές υπηρεσίες (πακέτα και γράμματα). Τα θετικά αυτού του είδους ετικέτας είναι η εύκολη αποθήκευση πληροφοριών ή οδηγιών από τον καταναλωτή για μελλοντική χρήση αλλά και διαφημιστική προώθηση του προϊόντος. Μπορεί να εκτυπωθεί σε διάφορα υλικά ,σχήματα και διαστάσεις.



Εικόνα 27 (Ετικέτα Piggyback)

3. Peel and Reseal

Επίσης τα συναντάμε συχνά στην αγορά, για πολλές πληροφορίες αφού μπορεί να εκτυπωθεί και η πλευρά που επικολλάτε. Συνήθως κατασκευάζονται από λεπτό υλικό και ανθεκτικό σε υγρασία και χημικά.



Εικόνα 28 (Ετικέτα Peel and Reseal)

Μεγάλος κλάδος με χρήση ετικετών είναι και η φαρμακοβιομηχανία, γι' αυτό θα αναφερθούμε πιο αναλυτικά. Όπως όλοι γνωρίζουμε, οι συσκευασίες των φαρμάκων

είναι αρκετά μικρές και οι πληροφορίες που πρέπει να αναγράφονται πολλές. Έτσι οι ετικέτες πολλαπλών στρωμάτων χρησιμοποιούνται κατά κόρον, για να παρέχουν στους ασθενείς λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις δόσεις των φαρμάκων, τις πιθανές παρενέργειες και τις οδηγίες χρήσης. Γενικά, οι ετικέτες και οι συσκευασίες σε αυτόν τον τομέα, θέλουν ειδική μεταχείριση από τον σχεδιασμό μέχρι την εκτύπωση. Πιο συγκεκριμένα πρέπει να ήμαστε βέβαιοι ότι τα υλικά είναι ανθεκτικά ώστε να αντέχουν στην εκτεταμένη χρήση αλλά και τις σκληρές συνθήκες στις οποίες ενδέχεται να εκτεθούν οι ετικέτες. Αυτό περιλαμβάνει χαμηλές ή υψηλές θερμοκρασίες, έκθεση σε χημικές ουσίες, υπεριώδης ακτινοβολία, υγρασία και πολλά άλλα.



Εικόνα 29 (Ετικέτες για φάρμακα)

Με αυτό τον τύπο ετικέτας μπορούν να χρησιμοποιηθούν διάφορα υποστρώματα από χαρτί μέχρι πλαστικό και film, με διάφορες επιστρώσεις όπως gloss, matte και θερμικά μελάνια. Συχνό όμως είναι πάνω σε αυτές να εφαρμόζονται και άλλες καινοτόμες τεχνικές όπως : μελάνια με άρωμα, τεχνική scratch off με την οποία όταν το μελάνι

ξυθεί από την επιφάνεια αποκαλύπτει κάτι από κάτω, αρίθμηση, λαμινάρισμα , QR κωδικούς και άλλες τεχνικές ασφαλείας.

Συμπερασματικά, στην σημερινή συνεχώς ανταγωνιστική αγορά η κάθε εταιρία χρειάζεται να ξεχωρίζει με τον δικό της τρόπο από το πλήθος. Οι πολύπτυχες ετικέτες είναι μια δημοφιλής πρακτική και οικονομική λύση που χρησιμοποιείται για την παροχή περισσότερων πληροφοριών στους καταναλωτές χωρίς όμως να καταλαμβάνει περισσότερο χώρο στην συσκευασία. Ακόμη μπορούν να προσφέρουν κίνητρα ,όπως για παράδειγμα κουπόνια, στους καταναλωτές τους.

2.3 Ετικέτες με μεταβλητά δεδομένα

Μια από τις πιο σύγχρονες τεχνικές στην ετικετοποιία είναι η εκτύπωση μεταβλητών δεδομένων. Με τον ορισμό μεταβλητά δεδομένα αναφερόμαστε σε ονόματα, διευθύνσεις, τηλέφωνα, φωτογραφίες, barcode, QR κωδικοί και πολλά άλλα τα οποία θέλουμε να αλλάζουν σε κάθε τεμάχιο που τυπώνουμε. Η τεχνική αυτή λοιπόν, είναι ένα είδος ψηφιακής εκτύπωσης όπου στην ίδια δουλειά, που συνήθως έχουμε μια συγκεκριμένη μακέτα, εδώ μπορούμε με μια εκτύπωση να έχουμε μεταβαλλόμενη μακέτα κάθε φορά. Βασίζεται σε μια βάση δεδομένων η οποία περιέχει τις διαφορετικές πληροφορίες και είναι συνδεδεμένη με τον εκτυπωτή.



Εικόνα 30 (ετικέτες μεταβλητών δεδομένων)

Έχει πολλά οφέλη για την κάθε εταιρία που το χρησιμοποιεί, αλλά και στον ίδιο τον πελάτη στον οποίο προσφέρεται μια εξατομικευμένη εμπειρία μέσα από την ετικέτα του προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα:

- Παρέχει σημαντικές πληροφορίες για το προϊόν, όπως ημερομηνία λήξης και παραγωγής, συστατικά, τρόπος παρασκευής και χρήσης, αριθμό παρτίδας και πολλά άλλα χρήσιμα για τον ποιοτικό έλεγχο.
- Είναι πολύ χρήσιμο σε ότι αφορά τα logistics της κάθε εταιρίας, διότι έτσι μπορούν να παρέχονται πληροφορίες που μεταβάλλονται σε πραγματικό χρόνο και να μπορεί ο καθένας οποιαδήποτε στιγμή να δει από ποια στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας έχει περάσει το προϊόν που κρατάει στα χέρια του. Με αυτό το είδος εκτύπωσης μπορούν να βελτιωθούν κατά πολύ οι χρόνοι παράδοσης και να ελαχιστοποιηθούν τα λάθη κατά την μεταφορά.
- Επίσης πολύ χρήσιμο είναι και στην διαχείριση αποθήκης της εταιρίας. Μπορεί να κάνει την διαδικασία πολύ πιο εύκολη και αποτελεσματική αφού είναι δυνατό με μια μεταβαλλόμενη ετικέτα, να παρέχονται βοηθητικές πληροφορίες όπως αριθμός παρτίδας, σειρά, ράφια και άλλα, με αποτέλεσμα να γίνεται εύκολα η ταξινόμηση και η διαχείριση αποθεμάτων.
- Όσο αναφορά το marketing και την διαφήμιση, τραβάει την προσοχή του πελάτη με εξατομικευμένες καμπάνιες
- Τέλος συχνά το συναντάμε και σε φαρμακευτικά προϊόντα, για την παροχή λεπτομερειών σχετικά με τα φάρμακα και του ασθενείς, ώστε να προσδίδει την απαραίτητη ασφάλεια που προβλέπεται από νομοθεσίες και να μπορεί και ο πελάτης από το σπίτι του να ελέγξει αν το προϊόν του είναι αυθεντικό.

Όπως αναφέραμε και παραπάνω με αυτή την μέθοδο εκτύπωσης, ωφελείται και η ίδια η εταιρία αφού προσελκύει πελάτες αλλά και ξεχωρίζει από άλλες στην αγορά με την διαφοροποίηση στις συσκευασίες της. Προσφέρει “target specific” προϊόντα φέρνοντας την εταιρία πιο κοντά στον πελάτη με διασκεδαστικούς και ελκυστικούς τρόπους όπως καμπάνιες, εκπρωτικά κουπόνια και πολλά άλλα. Σε αυτό το σημείο θα αναφέρουμε ως παράδειγμα την τεράστια καμπάνια της Coca-Cola - Share a Coke. Ξεκινώντας από τη Αυστραλία το 2011 κυκλοφόρησε στη συνέχεια σε περισσότερες από 80 χώρες και είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων κατά 1,25 εκατομμύρια κουτάκια Coca-Cola. Η ιδέα της καμπάνιας αυτής ήταν να φτιαχτεί μια καινούργια συσκευασία αντικαθιστώντας το "Coca-Cola" από τη μία πλευρά με τη

φράση "Share a Coke with" ακολουθούμενη από ένα όνομα. Ως βάση δεδομένων χρησιμοποιήθηκε μια λίστα που περιείχε διακόσια πενήντα από τα πιο δημοφιλή ονόματα κάθε χώρας της αγοράς και στην συνέχεια επεκτάθηκαν σε συχνές φράσεις, ψευδώνυμα ακόμα και στίχους τραγουδιών. Συμπερασματικά, η καμπάνια αυτή είχε ως στόχο την εξατομίκευση, δηλαδή να κάνει τους καταναλωτές να ψάξουν ώστε βρουν ένα μπουκάλι με το όνομά τους αυξάνοντας έτσι τις πωλήσεις της εταιρίας.



Εικόνα 31 (ετικέτα με μεταβλητά δεδομένα)

Η ιχνηλασιμότητα των προϊόντων είναι ένα απαραίτητο στοιχείο και στον πελάτη αλλά και στην εταιρία και με την σωστή διαχείριση μπορεί να εξοικονομήσει χρόνο και χρήματα απαλείφοντας τυχόν λάθη που μπορεί να γίνουν. Με την βοήθεια των μεταβλητών δεδομένων, μπορούν να εκτυπωθούν πάνω στην ετικέτα ημερομηνίες, σειριακοί αριθμοί και οτιδήποτε μπορεί να βοηθήσει στον εντοπισμό του προϊόντος καθ' όλη την διάρκεια της εφοδιαστικής αλυσίδας. Προστατεύει εξίσου τον πελάτη σε περιπτώσεις ελαττωματικών ή "πειραγμένων" προϊόντων που θα πρέπει να ανακληθούν άμεσα κυρίως για τρόφιμα, ποτά και φάρμακα. Με ένα σκανάρισμα της εν λόγω ετικέτας λοιπόν, μπορεί εύκολα να προσδιοριστεί το προϊόν και να εντοπιστεί σε ποια μονάδα έγινε το λάθος.

Ποια είναι όμως η διαδικασία εκτύπωσης μιας ετικέτας με μεταβλητά δεδομένα;



Εικόνα 32 (δημιουργία ετικέτας με μεταβλητά δεδομένα)

Είναι μια διαδικασία που διαφέρει από τις κοινές εκτυπώσεις και απαιτεί προσοχή κατά τον χειρισμό ώστε να μην γίνει κάποιο λάθος στα δεδομένα που εισέρχονται προς εκτύπωση. Η βάση των δεδομένων αυτών μπορεί να φτιαχτεί σε διάφορα προγράμματα όμως το πιο διαδεδομένο είναι το excel. Αρχικά, οργανώνουμε τα στοιχεία μας, είτε αυτά είναι ονόματα είτε αριθμοί ή εικόνες, σε στήλες και σειρές. Η πρώτη σειρά πάντα περιέχει τις κεφαλίδες δείχνοντας τι αντιπροσωπεύουν τα πεδία και από κάτω το κάθε δεδομένο χωρίζεται με κόμμα αλλά περικλείεται επίσης μέσα σε εισαγωγικά. Τα εισαγωγικά είναι προσδιοριστικά του κειμένου προς εκτύπωση. Έτσι δημιουργούμε τις μακέτες έχοντας όμως υπόψη το layout του τελικού προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα, επειδή τα μήκη των λέξεων θα αλλάζουν ανά εγγραφή, πρέπει να υπάρχει επαρκής χώρος ώστε να χωράει η μεγαλύτερη αλλά και η μικρότερη λέξη χωρίς όμως να χαλάει η αναγνωσιμότητα και η τελική εμφάνιση της ετικέτας. Στην συνέχεια γίνεται η σύνδεση της βάσης δεδομένων που κατασκευάσαμε με τον εκάστοτε εκτυπωτή αναλόγως της εταιρίας κατασκευής του και των προγραμμάτων που χρησιμοποιεί. Δυο από τις πιο σύνηθες μορφές αρχείων που χρησιμοποιούνται για μεταβλητά δεδομένα είναι : PPML (Personalized Print Markup Language) και PDF/VT (portable document format/variable transactional). Είναι πολύ σημαντικό, πριν την τελική εκτύπωση να γίνεται μια δοκιμαστική, ώστε να εντοπιστούν εγκαίρως τυχόν σφάλματα καθώς και να εξακριβωθεί αν είναι σωστό το μέγεθος και ο προσανατολισμός όλων των δεδομένων που εισήγαμε.



Εικόνα 33 (εκτυπωμένη ετικέτα με μεταβλητά δεδομένα)

Συμπερασματικά, οι ετικέτες με μεταβλητά δεδομένα συμβάλλουν ώστε η συσκευασία να μετατρέπεται σε ένα ισχυρό εργαλείο μάρκετινγκ και διαφήμισης. Με την τεχνική αυτή δηλαδή, μπορούμε να δημιουργήσουμε μοναδικές συσκευασίες, συλλεκτικές, προσωποποιημένες συσκευασίες που αφορούν άμεσα τον καταναλωτή ακόμα και επιμορφωτικές συσκευασίες που περιλαμβάνουν για παράδειγμα συνταγές, στοιχεία για το προϊόν τον τόπο προέλευσής του κλπ. Με τα μεταβλητά δεδομένα η συσκευασία «ζωντανεύει» και βοηθά στην διαφοροποίηση της συσκευασίας από τον ανταγωνισμό αυξάνοντας έτσι κατακόρυφα τις πωλήσεις.

2.4 Πρόσθετες ετικέτες

Οι μη αυτοκόλλητες ετικέτες είναι ένας από τους προτιμώμενους τύπους ετικετών σε πολλές βιομηχανίες λόγω των πλεονεκτημάτων που παρέχουν. Πρόκειται για ετικέτες που παράγονται με τρόπο που δεν κολλάνε στο προϊόν, αλλά προστίθενται με διαφορετικούς τρόπους. Για παράδειγμα εισιτήρια, Hangtags και ετικέτες λαιμού τύπου γραβάτας. Ειδικότερα, οι ετικέτες χωρίς κόλλα προτιμώνται για επαναχρησιμοποίησιμα ή ειδικά προϊόντα.

- **Hangtags**

Ένα από τα είδη πρόσθετων ετικετών είναι οι ετικέτες τύπου *Hangtag*. Αυτές οι ετικέτες παράγονται με τρύπα ή σχισμή στο πάνω μέρος ώστε να κρεμιούνται στο συγκεκριμένο προϊόν. Στην πράξη χρησιμοποιούνται κυρίως για να δώσουν τις σχετικές πληροφορίες κυρίως στα προϊόντα των εταιριών τροφίμων και ενδυμάτων για την προώθηση των προϊόντων τους. Επάνω τους μπορεί να φέρουν το λογότυπο ή την

επωνυμία της εταιρίας, την τιμή του προϊόντος, barcode, πληροφορίες, συμβουλές ή επεξηγήσεις για τη χρήση τους. Τα *hangtags* είναι μια εναλλακτική λύση ετικέτας που βοηθάει στην προώθηση και ελκύει οπτικά τους καταναλωτές. Επιπλέον παράγονται με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να εκτυπωθεί τόσο το μπροστινό μέρος τους όσο και το πίσω αφού δεν θα επικολληθεί πάνω στο προϊόν και η εφαρμογή καθώς και η αφαίρεση από αυτό είναι πολύ εύκολη. Παράγονται είτε από χαρτόνι είτε από πλαστικό, σε οποιοδήποτε επιθυμητό σχήμα ή μέγεθος και επιδέχονται όλες τις μετεκτυπωτικές διαδικασίες όπως κάθε κοινή ετικέτα.



Εικόνα 34 (ετικέτα τύπου Hangtag)

- **Ετικέτες λαιμού**

Οι ετικέτες λαιμού ή τύπου γραβάτας, είναι μια εξίσου καλή λύση στην διαφήμιση των προϊόντων στο ράφι. Συνήθως αναρτώνται στο λαιμό ενός προϊόντος όπως για παράδειγμα: σε μπουκάλια μπύρας, χυμούς φρούτων, μπουκάλια κρασιού ή άλλων αλκοολούχων ποτών, εξού και το όνομα αυτών. Ανήκουν στην κατηγορία των μη αυτοκόλλητων ετικετών ωστόσο αυτές δεν είναι πάντα εφήμερες. Οι ετικέτες λαιμού είναι εντυπωσιακές στο μάτι του καταναλωτή και ένα πολύ καλό τέχνασμα του μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, εάν θέλετε να προωθήσετε ορισμένες πληροφορίες όπως ΝΕΟ, Έκπωση!, ΚΕΡΔΙΣΤΕ κ.λπ. Τόσο το μπροστινό όσο και το πίσω μέρος της ετικέτας μπορούν να εκτυπωθούν. Τα υλικά υποστρώματος μπορεί να είναι χαρτί

,πλαστικό ή ο συνδυασμός αυτών . Το σχήμα και το μέγεθος των ετικετών λαιμού είναι πολύ ευέλικτα. Μπορεί να καλύπτουν ένα μέρος του προϊόντος ή και ολόκληρο. Είναι ακόμη δυνατό να συμπεριλαμβάνει ένα φυλλάδιο με πρόσθετες πληροφορίες για το προϊόν.



Εικόνα 35 (ετικέτα λαιμού)

- **Wine glass ετικέτες**

Οι ετικέτες ποτηριού κρασιού πήραν το όνομά του από το σχήμα τους. Δεν είναι αυτοκόλλητες, επομένως δεν κολλάνε στο ίδιο το προϊόν και συχνά τις συναντάμε σε προϊόντα συσκευασμένα σε διχτυωτές σακούλες, όπως φρούτα, λαχανικά και κατεψυγμένα προϊόντα. Αυτές οι ετικέτες παρέχουν ένα τέλειο μήνυμα επικοινωνίας για αυτόν τον τύπο δύσκολων συσκευασιών, όπου μια κανονική ετικέτα δεν θα λειτουργούσε. Βοηθούν στην προσέλκυση αγοραστικού κοινού και παράλληλα δίνουν πληροφορίες όπως: το βάρος, την τιμή, τα συστατικά, χώρα προέλευσης, ημερομηνία παραγωγής και λήξης, γραμμωτούς κώδικες και άλλα. Τα χαρακτηριστικά τους είναι ότι αντέχουν σε δύσκολα περιβάλλοντα (χαμηλές και υψηλές θερμοκρασίες, υγρασία) και μπορούν να εκτυπωθούν και από τις δύο πλευρές, σε οποιονδήποτε χρωματικό συνδυασμό. Διατίθενται σε υποστρώματα από χαρτί, PP ή PE υλικά.



Εικόνα 36 (ετικέτα ποτηριού κρασιού)

Δυνατότητες και χρήσεις πρόσθετων ετικετών

Οι πρόσθετες ετικέτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε πολλές βιομηχανίες, όπως τροφίμων, γεωργικών προϊόντων, φαρμάκων, κλωστοϋφαντουργίας, αυτοκινητοβιομηχανίες, την ψυχαγωγία (παιχνίδια, εισιτήρια κ.ά.). Μπορούμε να παράγουμε μη αυτοκόλλητες ετικέτες χρησιμοποιώντας μια ποικιλία υλικών, όπως χαρτί, πλαστικό, μέταλλο, ύφασμα. Τυπώνονται σε γυαλιστερές, ματ, επίπεδες ή ανάγλυφες επιφάνειες. Οι ετικέτες αυτές είναι πολύ απλό να εφαρμοστούν επειδή δεν απαιτούν θερμότητα, διαλύτη, νερό ή κόλλα.

Μη αυτοκόλλητες ετικέτες – Οφέλη

Η χρήση πρόσθετων ετικετών έχει πολλά πλεονεκτήματα:

- **Ευελιξία**

Το γεγονός ότι μπορούν να εκτυπωθούν με πολλές μεθόδους δίνει μεγάλη ευελιξία είτε για μικρά τιράζ είτε σε μεγαλύτερα. Σε σύγκριση με τις αυτοκόλλητες ετικέτες, μπορούν να γραφτούν ή να εκτυπωθούν πιο εύκολα. Με αυτόν τον τρόπο, η προώθηση και η επισήμανση προϊόντων γίνεται ευκολότερη.

- **Εξατομίκευση**

Οι μη αυτοκόλλητες ετικέτες μπορούν να φέρουν εκτύπωση στη μία ή και στις δύο όψεις. Χρησιμοποιούνται και για εκτυπώσεις ασφαλείας με φθορίζοντα, μεταλλικά ή μαγνητικά μελάνια. Επιπλέον μπορούν να προστεθούν ή να αφαιρεθούν εύκολα ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες του προϊόντος (εκπτώσεις, προσφορές κ.ά.).

- **Ανθεκτικότητα και αντοχή**

Έχει μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και ο πελάτης μπορεί να την αφαιρέσει χωρίς να προκληθεί καμία ζημιά στο προϊόν. Αυτός ο τύπος ετικέτας δεν αφήνει ίχνη στο προϊόν καθώς εφαρμόζεται χωρίς να κολληθεί πάνω του.

Έχει δομή που είναι ιδιαίτερα ανθεκτική στο νερό και σε άλλους περιβαλλοντικούς παράγοντες. Λόγω αυτού του χαρακτηριστικού, η μη αυτοκόλλητη ετικέτα του προϊόντος αποτρέπει την καταστροφή του κατά την αποθήκευση και τη μεταφορά. Οι μη αυτοκόλλητες ετικέτες από χαρτόνι είναι ο ιδανικός τύπος ετικέτας για την ασφάλεια και την επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων

- **Ευρηματικότητα και πρωτοτυπία**

Οι ετικέτες αυτές για να προσελκύσουν τους καταναλωτές γίνονται όλα και πιο ευρηματικές και πολύ συχνά με ιδιαίτερο εικαστικό ύφος.

Εφαρμογές

Ένας τομέας στον οποίο συναντάμε κατά κόρον τις πρόσθετες ετικέτες, είναι η βιομηχανία ένδυσης.

Οι κρεμαστές ετικέτες ή οι ετικέτες ενδυμάτων είναι μικρά κομμάτια υφάσματος, πλαστικού, χαρτιού ή μετάλλου που συνδέονται με ένα ρούχο για να ενημερώνουν τους καταναλωτές για πληροφορίες όπως την εταιρία και την χώρα προέλευσης το μέγεθος, τις οδηγίες πλυσίματος και φροντίδας, το υλικό και άλλα.

Οι λόγοι που προτιμώνται οι πρόσθετες ετικέτες στα ρούχα είναι οι εξής:

Προστασία του υφάσματος από τη φθορά

1. Διευκόλυνση της διαδικασίας εύρεσης ρούχων σε ένα γεμάτο κατάστημα
2. Διασφάλιση αγοράς του σωστού μεγέθους
3. Ενθάρρυνση των πελατών να επιστρέψουν αντικείμενα εάν δεν είναι ευχαριστημένοι με αυτά

4. Οικονομική λύση για την προώθηση της επωνυμίας ρούχων

Ποιοι είναι οι διαφορετικοί τύποι κρεμαστών ετικετών ρούχων;

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές κρεμαστές ετικέτες ρούχων που διατίθενται στην αγορά. Μπορούν να κατασκευαστούν είτε από πλαστικό, χαρτί, μέταλλο ή ύφασμα και διατίθενται σε διάφορα σχήματα, στυλ και μεγέθη. Ο σχεδιασμός της ετικέτας ρούχων είναι επίσης διαφορετικός για τους τύπους ενδυμάτων και μπορεί να περιλαμβάνει λογότυπα, γραφικά ή πληροφορίες κειμένου για την επωνυμία. Ακολουθεί μια λίστα με όλους τους πιθανούς τύπους:

Ετικέτες από χαρτί με προσαρμοσμένο σχέδιο

Αυτές είναι ετικέτες που συνήθως κατασκευάζονται από ελαφρύ χαρτί ή χαρτόνι και έχουν απλό σχέδιο χωρίς γραφικά ή εικόνες πάνω τους. Έχουν μία ή περισσότερες τρύπες στο επάνω μέρος τους ώστε να κρέμονται.



Εικόνα 37 (ετικέτα χαρτιού με προσαρμοσμένο σχέδιο)

Μεταλλικές κρεμαστές ετικέτες

Οι μεταλλικές ετικέτες ρούχων, όπως οι ασημένιες ετικέτες από αλουμίνιο, έχουν διάφορα σχήματα, όπως στρογγυλά, οβάλ, τετράγωνα, ορθογώνια και σχήμα καρδιάς. Το σχήμα πρέπει να ταιριάζει με τον τύπο του ενδύματος για μέγιστη αποτελεσματικότητα. Οι μεταλλικές ετικέτες χρησιμοποιούνται συνήθως για πιο ακριβά ρούχα όπως μπουφάν ή παλτό και ως στολίδι.



Εικόνα 38 (μεταλλικές κρεμαστές ετικέτες)

Πλαστικές κρεμαστές ετικέτες

Οι πλαστικές ετικέτες χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση και την προώθηση προϊόντων. Η χρήση αυτών γίνεται εδώ και πολλά χρόνια αλλά έγιναν ευρύτερα γνωστές τη δεκαετία του 1980. Έγιναν δημοφιλείς επειδή έχουν προσιτές τιμές και χρειάζεται λιγότερος χρόνος για την παραγωγή τους από τις μεταλλικές ή τις χάρτινες.



Εικόνα 39 (πλαστικές κρεμαστές ετικέτες)

Υφασμάτινες κρεμαστές ετικέτες

Οι υφασμάτινες κρεμαστές ετικέτες για ρούχα είναι συνήθως κατασκευασμένες από ανθεκτικά υλικά όπως βαμβάκι ή πολυεστέρας και ραμμένες πάνω στο ρούχο σε εμφανές σημείο ώστε να γίνονται εύκολα αντιληπτές από τον καταναλωτή.



Εικόνα 40 (υφασμάτινες κρεμαστές ετικέτες)

Δερμάτινες κρεμαστές ετικέτες

Οι δερμάτινες κρεμαστές ετικέτες είναι ένας τύπος ετικέτας προϊόντος που είναι κατασκευασμένος από δέρμα ή παρόμοιο υλικό. Οι δερμάτινες κρεμαστές ετικέτες είναι μικρές και στενές, αλλά μπορούν να ραφτούν πάνω στο προϊόν για να ενημερώσουν τους πελάτες για την ταυτότητα του κατασκευαστή.



Εικόνα 41 (δερμάτινες κρεμαστές ετικέτες)

Πλαστικές ετικέτες loop

Οι ετικέτες ανάρτησης loop είναι επίσης γνωστές ως ετικέτες ανάρτησης απόσπασης. Αυτές οι ετικέτες επιτρέπουν να παρακολουθούμε το προϊόν σε όλη τη διαδικασία λιανικής, καθώς φέρουν πάνω τους γραμμωτούς κώδικες, και αποσπώνται εύκολα όταν τις τραβήξουμε. Συναντώνται συχνά σε φυτώρια αφού οποιαδήποτε άλλη μορφή ετικέτας δεν θα μπορούσε να εφαρμοστεί πάνω σε φυτά. Ακόμη μπαίνουν πάνω σε βαλίτσες όταν ταξιδεύουμε.



Εικόνα 42 (πλαστικές ετικέτες loop)

Κρεμαστές ετικέτες *RFID*

Το RFID είναι ένα εκτυπώσιμο κύκλωμα ραδιοσυχνότητας το οποίο ενσωματώνεται μέσα στην ετικέτα και χρησιμοποιεί ραδιοκύματα για τη λήψη καθώς και την ανάγνωση πληροφοριών που είναι αποθηκευμένες σε ετικέτες. Βοηθά στην επικοινωνία του καταναλωτή με την εταιρία και αποτελεί κύριο τρόπο για την προστασία των αντικειμένων κατά των κλοπών.



Εικόνα 43 (κρεμαστές ετικέτες *RFID*)

Δημιουργία μιας πρόσθετης ετικέτας

Οι πρόσθετες ετικέτες χρησιμεύουν επίσης, όπως προαναφέραμε, και ως μια μορφή μάρκετινγκ, καθώς είναι ένα από τα πρώτα πράγματα που βλέπουν οι πελάτες όταν περιηγούνται μέσα σε ένα κατάστημα. Μια καλά σχεδιασμένη ετικέτα προβάλλει το είδος της επιχείρησης και πόσο ποιοτικό είναι το προϊόν.

1) σχεδίαση του εικαστικού μέρους

Η ετικέτα θα πρέπει να φέρει πάνω της ένα πρωτότυπο εικαστικό σχέδιο, το λογότυπο της εταιρίας και το κείμενο πληροφοριών για το συγκεκριμένο προϊόν όπως άλλωστε ορίζει και η Νομοθεσία. Ο τύπος αρχείου προς εκτύπωση θα πρέπει να είναι pdf.

2) επιβεβαίωση για λεπτομέρειες όπως υλικά, μεγέθη και μέθοδο εκτύπωσης

Όπως έχουμε αναφέρει προηγουμένως, υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη μη αυτοκόλλητων ετικετών. Θα πρέπει το υπόστρωμα, το μέγεθος και τα χαρακτηριστικά τους να μπορούν να καλύψουν τις εκάστοτε ανάγκες τόσο της εταιρίας σας όσο και του ίδιου του προϊόντος.

Πώς θα φαίνονται οι πρόσθετες ετικέτες πιο επαγγελματικές;

Αρχικά, πρέπει να επιλέξουμε ποιο είδος υποστρώματος ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες και τον προϋπολογισμό μας.

Το χαρτί είναι μια καλή επιλογή για όσους έχουν χαμηλό προϋπολογισμό ή για ανακυκλώσιμες συσκευασίες, αλλά οι πλαστικές κρεμαστές ετικέτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μια πιο επαγγελματική εμφάνιση. Παρά την υψηλή τιμή, οι μεταλλικές ετικέτες προσδίδουν άλλο κύρος στην συνολική εικόνα του προϊόντος.

Το εικαστικό σχέδιο το οποίο θα επιλέξουμε είναι πολύ σημαντικό

Το κύριο χρώμα της ετικέτας πρέπει να ταιριάζει με το σχέδιο της συσκευασίας ή της επωνυμίας ώστε οι πελάτες να μπορούν να το αναγνωρίσουν γρήγορα. Το σχέδιο πρέπει να είναι ξεκάθαρο, ευκρινές και να τραβάει τα βλέμματα των καταναλωτών. Το λογότυπο θα πρέπει να βρίσκεται σε κεντρικό σημείο, ευανάγνωστο στους καταναλωτές και τέλος οι γραμματοσειρές θα πρέπει να είναι καθαρές, σαφείς και μοντέρνες, κατάλληλες για ετικέτες.

2.5 Διάφανες ετικέτες

Μια από τις τελευταίες τάσεις στον κλάδο της συσκευασίας που χρησιμοποιείται πολύ είναι οι διάφανες ετικέτες, οι οποίες δίνουν την ψευδαίσθηση ότι δεν υπάρχει καθόλου ετικέτα. Κατασκευάζονται συνήθως από προπυλένιο και "κρύβεται" απόλυτα πάνω στην συσκευασία του προϊόντος προβάλλοντας μόνο το τυπωμένο μέρος της. Χαρίζει κομψότητα και καθαρή όψη που ελκύει τον καταναλωτή.



Εικόνα 44 (Η διαφορά που μπορεί να κάνει μια διάφανη ετικέτα)

Πριν όμως αποφασίσουμε σε μια τέτοιου είδους ετικέτα, θα πρέπει να σκεφτούμε πρώτα από όλα την συσκευασία στην οποία θα επικολληθεί αλλά και το ίδιο το προϊόν. Αρχικά, οι διάφανες ετικέτες είναι συνετό να τοποθετούνται πάνω σε λείες επιφάνειες όπως για παράδειγμα γυαλί και πλαστικό. Επίσης σημαντικό ρόλο παίζει το χρώμα, αφού η ετικέτα από μόνη της είναι διάφανη, αυτό που θα τονίζεται και θα χρησιμοποιείται ως φόντο είναι το χρώμα της συσκευασίας ή στην περίπτωση του γυαλιού, το χρώμα του προϊόντος. Αυτό μπορεί να δημιουργήσει πολύ ευφάνταστες

και πρωτότυπες ιδέες τραβώντας την προσοχή του καταναλωτή και ως συνέπεια να προτιμήσει αυτό το προϊόν από ένα άλλο ίδιο που υπάρχει στην αγορά. Μια λεπτομέρεια εξίσου σημαντική που θα πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας αν θέλουμε να επιλέξουμε διάφανες ετικέτες είναι στην τοποθέτησή τους. Εφόσον γίνει με το χέρι για μικρές συνήθως εργασίες, λόγω του υλικού υποστρώματος, μπορεί να μείνουν δαχτυλιές και ζάρες οι οποίες φαίνονται με γυμνό μάτι και χαλάνε αυτό το εφέ του "αόρατου". Λόγω αυτού, συνίσταται η χρήση ειδικών μηχανημάτων για την εφαρμογή τους.



Εικόνα 45 (Χρήση του χρώματος του προϊόντος ως φόντο για κρυφό μήνυμα)

Καθώς η τεχνολογία προχωράει έτσι και η γνώση των υλικών, δίνοντας μας πολλές επιλογές η κάθε μια με τα δικά της χαρακτηριστικά. Παρακάτω παρατίθενται όλα τα διαθέσιμα υλικά μέχρι και σήμερα, που χρησιμοποιούνται ως υπόστρωμα για διάφανες ετικέτες.

1. Πολυπροπυλένιο (PP)

Είναι ένα ανθεκτικό υλικό, αδιάβροχο και με εξαιρετική διαύγεια. Χρησιμοποιείται συνήθως για τρόφιμα, ποτά, κρέμες και είδη υγιεινής. Το συναντάμε συχνά στην αγορά και διατίθεται σε ματ, γυαλιστερό και μεταλλικό φινίρισμα.

2. Βινύλιο (PVC)

Οι ετικέτες από βινύλιο είναι εξίσου δημοφιλής διότι μπορούν να εφαρμοστούν σε πολλές επιφάνειες και προσφέρουν αντοχή στην υγρασία , την υπεριώδης ακτινοβολία και τις διακυμάνσεις της θερμοκρασίας χωρίς όμως να χάνουν την διαύγειά τους.

3. Τερεφθαλικό Πολυαιθυλένιο (PET)

Είναι ένα πολυχρησιμοποιημένο πλαστικό υλικό με εξαιρετική αντοχή στο νερό , τις χημικές ουσίες και την τριβή. Το συναντάμε σε μπουκάλια και καλλυντικά ενώ είναι ελεγμένο και επιτρέπεται να έρθει σε επαφή ακόμα και με είδη προς κατανάλωση.

4. Πολυστυρένιο (PS)

Είναι ένα ελαφρύ και ανθεκτικό υλικό με διαύγεια κατάλληλο για διάφανες ετικέτες. Χρησιμοποιείται και για βιομηχανικά προϊόντα.

5. Πολυαιθυλένιο (PE)

Συναντάται σε ένα ευρύ φάσμα εφαρμογών λόγω της ανθεκτικότητάς του στην υγρασία, τα έλαια και τις χημικές ουσίες. Τοποθετείται πάνω σε συσκευασίες τροφίμων , οικιακών αλλά και βιομηχανικών προϊόντων.

6. Κυτταρίνη

Οι ετικέτες με βάση την κυτταρίνη είναι η μόνη διαθέσιμη φιλική προς το περιβάλλον επιλογή μέχρι τώρα για διάφανες ετικέτες. Παράγεται από πολύ ξύλου και είναι διάφανο, εύκαμπτο και βιοδιασπώμενο. Είναι εξαιρετική λύση για εταιρίες με "πράσινες" συσκευασίες και προϊόντα.

Κατανοώντας όλα τα υλικά διαθέσιμα στην αγορά , μπορούμε να αποφασίσουμε ποιο είναι το κατάλληλο για την συσκευασία μας και αναλόγως την χρήση της, δημιουργώντας ένα οπτικά ελκυστικό αλλά και ενημερωτικό τελικό αποτέλεσμα. Τέλος εκτός από το υπόστρωμα είναι συνετό να χρησιμοποιείται και κάποιου είδους λαμιναρίσματος που προσδίδει επιπλέον προστασία στην τελική ετικέτα.

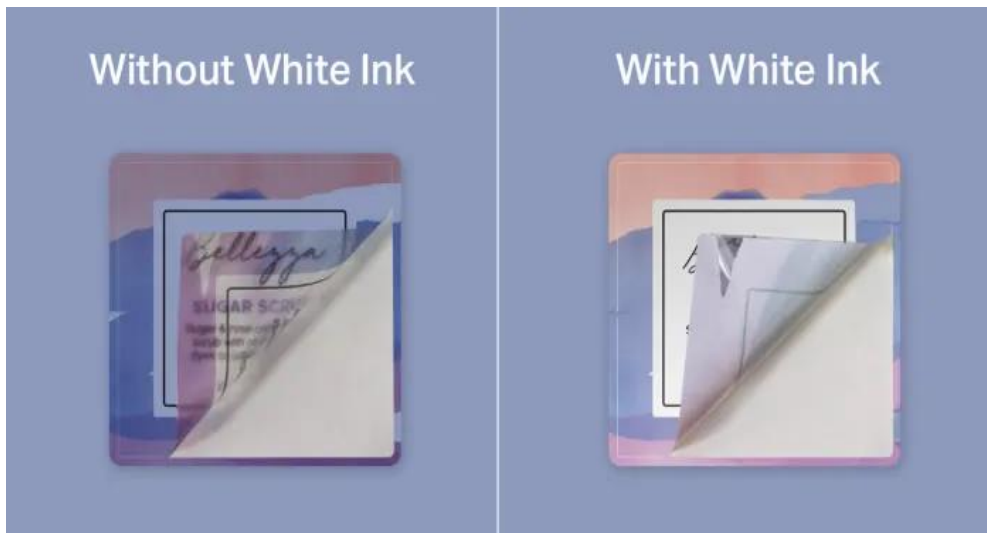
Η διαδικασία παραγωγής μια τέτοιου είδους ετικέτας δεν διαφέρει πολύ με αυτή των κανονικών ετικετών. Ξεκινάει με το γραφιστικό μέρος το οποίο θα εκτυπωθεί πάνω στο υπόστρωμα. Σε αυτό το σημείο να υπενθυμίσουμε ότι για τις διάφανες ετικέτες πρέπει να δοθεί περισσότερο βάση στα χρώματα και το κοντράστ που θα

δημιουργηθούν στην τελική μακέτα αλλά και την γραμματοσειρά αφού θα πρέπει να είναι ευανάγνωστη και καθαρή. Στην συνέχεια γίνεται η εκτύπωση είτε σε ρολό είτε σε ξεχωριστά φύλλα συγκεκριμένου μεγέθους. Οι εκτυπωτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται κυρίως στην παραγωγή διάφανων ετικετών είναι η μεταξοτυπία , η ψηφιακή εκτύπωση και η εκτύπωση με λέιζερ. Στο τέλος γίνεται το λαμινάρισμα του φιλμ και ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη υπάρχει το μηχάνημα κοπής συνήθως με λέιζερ (die-cutting) που κάνει πολύ πιο ενδιαφέρουσα την τελική ετικέτα.



Εικόνα 46 (Φωτογραφία από την γραμμή παραγωγής ετικετών)

Ένα συχνό φαινόμενο που παρατηρείται κατά την εκτύπωση είναι ότι λόγω του άχρωμου υποστρώματος δεν βγαίνουν τα χρώματα πολύ έντονα όσο θα έπρεπε για να είναι ευανάγνωστη η ετικέτα. Ως λύση αυτού έχει βρεθεί η τεχνική η οποία λέγεται white underprint. Πιο συγκεκριμένα, με αυτή την τεχνική εκτυπώνεται αρχικά μια βάση η οποία είναι το θέμα προς εκτύπωση αλλά με άσπρο χρώμα, πάνω από αυτή θα εκτυπωθούν όλα τα υπόλοιπα χρώματα τα οποία θα είναι έντονα αφού πλέον θα έχουν ένα φόντο. Αυτή η τεχνική είναι απαραίτητη αν υπάρχουν εκτυπώσιμες εικόνες με λεπτομέρειες ή γραμματοσειρά με μικρό μέγεθος. Είναι μια μέθοδος που θα αναδείξει το τελικό προϊόν και θα κάνει την εργασία πολύ πιο επαγγελματική, αφού είναι μια ζόρική και απαιτητική δουλειά διότι το άσπρο δεν ανήκει στα χρώματα με τα οποία γίνονται οι εκτυπώσεις (CMYK) και φυσικά δεν είναι εύκολο να παραχθεί από όλες τις εκτυπωτικές μεθόδους.



Εικόνα 47 (Παράδειγμα τεχνικής white underprint)

Παρακάτω παραθέτουμε μερικές πρωτότυπες σχεδιαστικές ιδέες με την βοήθεια διάφανων ετικετών:

- Διπλής όψης εκτύπωση

Για διάφανες συσκευασίες, συνήθως μπουκάλια, μια δεύτερη διάφανη ετικέτα μπορεί να επικολληθεί στο πίσω μέρος και να δώσει την ψευδαίσθηση του βάθους αλλά και ένα ωραίο φόντο τραβώντας την προσοχή του καταναλωτή και δίνοντας έμφαση στις πληροφορίες πάνω στην μπροστινή ετικέτα.



Εικόνα 48 (Γυάλινη φιάλη ποτού Tread Softly.)



Εικόνα 49 (Συσκευασία αρωματικού χώρου Yui Home Decor)

- Παράθυρα

Η τεχνική των παραθύρων στην συσκευασία φέρνει πιο κοντά τον καταναλωτή με το προϊόν και το κάνει ενδιαφέρον. Με τις διάφανες ετικέτες αυτό μπορεί να γίνει πολύ πιο εύκολα και φτηνά αφού το μόνο που χρειάζεται είναι να μην εκτυπωθεί ένα σημείο πάνω σε αυτήν.



Εικόνα 50 (Εικαστικό παράδειγμα παραθύρου με διάφανο φιλμ)



Εικόνα 51 (Διαδραστική συσκευασία με διάφανη ετικέτα στην πίσω όψη)

- Ψεύτικα κοπτικά

Τα κοπτικά με καλούπια χρησιμοποιούνται πολύ στις ετικέτες και τις κάνει πιο δημιουργικές και ευφάνταστες με ένα σημαντικό όμως κόστος. Χρησιμοποιώντας διάφανο υπόστρωμα μπορεί να επιτευχθούν διάφορα σχήματα μόνο μέσω της εφαρμογής μελανιού σε συγκεκριμένα σημεία.



Εικόνα 52 (Συσκευασία ποτού Deerness Distillery)

2.6 Ετικέτες ασφαλείας

Για την καταπολέμηση της παραχάραξης, την προστασία της εταιρίας κατά της παραβίασης και κατά της παραποίησης, χρησιμοποιούνται οι ετικέτες ασφαλείας. Συνδυάζουν μια σειρά από ορατά αλλά και μη ορατά με «γυμνό» μάτι, στοιχεία, έτσι ώστε να κάνουν την αναπαραγωγή τους από τρίτους δύσκολη.



Εικόνα 53 (ετικέτα ασφαλείας)

Αυτή η τεχνική συναντάται συχνά στις ταυτότητες, σε κρατικά έγγραφα, χαρτονομίσματα, τραπεζογραμμάτια, επιταγές, διαβατήρια, γραμματόσημα, σε πιστωτικές κάρτες, στις συσκευασίες διάφορων προϊόντων μέχρι και ρούχα.

Τα τελευταία χρόνια και σε μια υπερ αναπτυσσόμενη αγορά, η βιομηχανία ετικετών ασφαλείας συνεργάζεται άμεσα με την χημεία και αγωνίζεται να παρουσιάζει συνεχώς νέες καινοτόμες ιδέες, με κύριο στόχο την αποτροπή πλαστογράφησης και παραχάραξης. Μερικά συγχρόνως για την εκάστοτε εταιρία παραγωγής αλλά και για τον κάθε καταναλωτή ξεχωριστά, ώστε να αγοράζουν και να καταναλώνουν με ασφάλεια τα προϊόντα τους.

Υποστρώματα για ετικέτες ασφαλείας

Τα υποστρώματα για αυτού του είδους εκτυπώσεις είναι κυρίως χαρτί, πολυμερή ή χαρτόνι, τα οποία διαθέτουν ειδικά χαρακτηριστικά και περνάνε από πολλά στάδια επεξεργασίας πριν και μετά την εκτύπωση.

Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα:

- Ίνες ασφαλείας.

Ενσωματωμένες ίνες μέσα στον χαρτοπολτό που συνήθως ποικίλλουν στα χρώματα. Υπάρχουν διάφοροι τύποι νημάτων από φυσικά ή συνθετικά υλικά τα οποία μπορούν να πετύχουν διαφορετικά φασματικά χαρακτηριστικά φθορίζοντα ή μη.

- Ταινία ασφαλείας

Είναι μια ανάγλυφη μεταλλική ταινία, πάνω στην οποία μπορεί να εκτυπωθούν στοιχεία όπως ένα μικροκείμενο ή σχέδιο. Αυτή η τεχνική είναι ορατή μόνο όταν τοποθετηθεί η ετικέτα κάτω από φως.

- Υδατογράφημα

Το υδατογράφημα είναι ένα αναγνωριστικό μοτίβο ή εικόνα πάνω στο υπόστρωμα, το οποίο εμφανίζεται ως σημεία με διαφορετικές φωτεινότητες. Αυτό το φαινόμενο προκαλείται από τις διακυμάνσεις της πυκνότητας του χαρτιού. Χρησιμοποιείτε πολύ στην αγορά και συναντάμε δυο ειδών γραμμικά και ημιτονικά.

- Φωσφορίζον κουκίδες

Αυτή η τεχνική χρησιμοποιεί μικροσκοπικές κουκκίδες από χαρτί, οι οποίες ενσωματώνονται κατά τη διάρκεια παραγωγής χαρτιού και δεν είναι ορατές με σάρωση ή εκτύπωση του εγγράφου. Είναι μια πολύ καλή λύση για ετικέτες ασφαλείας διότι καθιστούν δυνατή την επαλήθευση γνησιότητας του προϊόντος με μια πολύ εύκολη διαδικασία την οποία μπορεί να την κάνει ο κάθε πελάτης χωρίς τη βοήθεια κάποιου ειδικού εργαλείου.

Μελάνια για ετικέτες ασφαλείας

Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από μελάνια ασφαλείας που χρησιμοποιούνται στην αγορά μαζί με ειδικά βερνίκια. Πράγματι πολλά από τα μελάνια εκτυπώσεων ασφαλείας εξαρτώνται από την απορρόφηση της υπεριώδους ακτινοβολίας και της επανεκπομπής της ως ορατό φως. Γι' αυτό το λόγο, πολλά σχέδια ασφαλείας πρέπει να τυπώνονται σε UV-dead ή χαρτί χωρίς επικάλυψη ώστε να μην αντανακλούν το φως.

- Μελάνια φθορισμού

Αυτό το είδος μελανιών είναι ορατά κάτω από το υπεριώδες φως. Τυπώνονται με αυτό συνήθως κείμενο, μοτίβα ή εικόνες και η επαλήθευση της γνησιότητας γίνεται εύκολα με έναν φακό UV.

- Ιριδίζοντα μελάνια

Τα ιριδίζοντα μελάνια περιέχουν μεταλλικά σωματίδια τα οποία αλλάζουν χρώμα όταν κοιτάζεται υπό διαφορετικές γωνίες. Οι οπτικές μεταβλητές δομές αλληλοεπιδρούν με το φως για να δώσουν την εμφάνιση των κυμαινόμενων χρωμάτων που προκύπτουν από την κατά τα άλλα άχρωμη ύλη (μελάνι).

- Φωτοχρωμικό μελάνι.

Αυτό το είδος μελανιού αλλάζει χρώμα όταν εκτίθεται σε υπεριώδη φωτισμό, ενώ επαναφέρεται στο αρχικό του χρώμα σε ορατό φως. Με αυτό τον τρόπο μπορεί εύκολα να επαληθευτεί η αυθεντικότητα του προϊόντος. Εκτυπώνεται συνήθως με την μέθοδος της λιθογραφίας ή της φλεξογραφίας λόγω της πυκνότητας και της ρευστότητας του μελανιού.

- Θερμοχρωμικό μελάνι

Το θερμοχρωμικό μελάνι αλλάζει από ένα χρώμα σε ένα άλλο όταν εκτίθεται σε θερμότητα του σώματος. Έτσι μπορεί να επαληθευθεί εύκολα με πίεση ενός δακτύλου πάνω από το μελάνι ή τρίβοντας την εκτυπωμένη περιοχή.

- Οπτικά μεταβλητή μελάνη

Το μελάνι αυτό αλλάζει από ένα χρώμα σε άλλο όταν παρατηρείται υπό διαφορετική γωνία. Οι χρωστικές ουσίες που χρησιμοποιούνται βασίζονται σε μια πολυεπίπεδη οπτική παρεμβολή η οποία έχει συνήθως τουλάχιστον ένα μεταλλικό στρώμα αντανάκλασης. Μέταλλα όπως αργίλιο, χρυσός, χαλκός ή ασήμι χρησιμοποιούνται για την δημιουργία αντανάκλασης σε συνεργασία με χημικές ενώσεις όπως φθοριούχο μαγνήσιο, διοξείδιο του πυριτίου και άλλα.

- Μελάνι υπερύθρων InfraRed

Γίνεται ορατό κάτω από κόκκινο υπέρυθρο φως. Αυτά τα μελάνια μπορούν να αντιδράσουν στο φάσμα IR.

- Μαγνητικά μελάνια

Είναι αναγνώσιμα μόνο από μηχανήματα και αποτελούνται από μαγνητικές χρωστικές ουσίες.

Εκτυπωτικές διεργασίες για ετικέτες ασφαλείας

- Μικροκείμενο

Το μικροκείμενο (15-90 microns) είναι συνήθως ένα τυπωμένο επαναλαμβανόμενο αλφαριθμητικό μήνυμα οπου σε κανονική απόσταση και με γυμνό μάτι φαίνεται να

είναι μια συνεχής γραμμή. Αυτή η τεχνική είναι ένα εξαιρετικά αποτρεπτικό μέσο κατά την πλαστογράφηση και δεν μπορεί εύκολα να αναπαραχθεί.

- Σχέδια Guilloché

Το σχέδιο Guilloché είναι ένα μοναδικό, μη επαναλαμβανόμενο σχέδιο σπείρας που εκτυπώνεται πάνω στο υπόστρωμα. Η χρήση του είναι πολύ αποτελεσματική καθώς δεν μπορεί ποτέ να αναπαραχθεί ίδιο ακριβώς.

- Πρισματικά χρώματα.

Αυτή η τεχνική περιλαμβάνει την εκτύπωση πολλών χρωμάτων μελανιού για τη δημιουργία ενός μοναδικού καινούριου χρώματος. Όταν εφαρμόζεται σε ένα έγγραφο, αυτό το εφέ είναι δύσκολο να αντιγραφεί με σάρωση.

Μέθοδοι εκτύπωσης ασφαλείας

Όπως γίνεται αντιληπτό χρειάζονται ειδικές μέθοδοι και μηχανές εκτυπώσεων ώστε να υλοποιηθούν όλα τα παραπάνω. Μερικές από τις πιο συνήθεις μεθόδους είναι:

- Offset

Οι λιθογραφικές μηχανές είναι κατάλληλες για εκτύπωση λεπτομερειών, όπως τα σχέδια guilloche.

- Φλεξογραφία

Είναι ιδανική μέθοδος για την εκτύπωση μελανιών, όπως θερμοχρωμικά ή υπέρυθρα. Ωστόσο δεν είναι τόσο λεπτομερής και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την εκτύπωση γραμμών και μικροκειμένων.

- Μεταξοτυπία

Για εκτυπώσεις ασφαλείας, η μεταξοτυπία χρησιμοποιείται πολύ συχνά κυρίως για δουλειές που χρειάζονται μεγαλύτερο πάχος μελανιού (ανάγλυφα).

2.7 Ετικέτες με εσωτερικό κοπτικό

Όσο σημαντικές είναι οι προ εκτυπωτικές διαδικασίες για την δημιουργία μιας ετικέτας, εξίσου σημασία έχουν και οι εργασίες μετά την εκτύπωση. Μια λοιπόν από αυτές τις διαδικασίες είναι το κόψιμο και το ξάκρισμα. Στις ετικέτες οι οποίες έχουν

μικρή επιφάνεια αλλά πρέπει να ξεχωρίζουν στα μάτια του καταναλωτή, συναντάμε την τεχνική των εσωτερικών κοπτικών ή αλλιώς στα αγγλικά die cut. Συνήθως αυτή γίνεται με την βοήθεια καλουπιών ώστε να επιτευχθούν διάφορα και περίεργα σχήματα τα οποία δεν γίνονται με το χέρι διότι θα ήταν πολύ χρονοβόρο σε εργασίες με μεγάλο όγκο και ως συνέπεια αυτού θα είχαν και πολλές ατέλειες.



Εικόνα 54 (Καλούπι ετικέτας)

Ανάλογα το υπόστρωμα αλλά και το είδος της εκτύπωσης μπορεί να γίνει με διαφορετικό είδος μήτρας όπως επίπεδη, περιστρεφόμενη, διακύμανσης ύψους ακόμα και ψηφιακή πλέον. Πιο συγκεκριμένα οι μηχανές κοπής με επίπεδη επιφάνεια ετικετών λειτουργούν χρησιμοποιώντας μια υδραυλική ή μηχανική πρέσα για να κόψουν το υπόστρωμα, παρέχοντας ακριβείς και καθαρές κοπές. Μπορεί να είναι ακίνητο το καλούπι και να πιέζονται οι ετικέτες από πάνω ή το αντίθετο με το υπόστρωμα να παραμένει ακίνητο. Αυτή η μέθοδος είναι ιδανική για κυρίως μεσαίου όγκου παραγωγή εξασφαλίζοντας όμως ακρίβεια και σταθερές κοπές ακόμη και για περίπλοκα σχέδια.



Εικόνα 55 (Επίπεδη μηχανή κοπής)

Αντίθετα, οι περιστροφικές μηχανές κοπής ετικετών χρησιμοποιούν κυλινδρικές μήτρες για να κόβουν συνεχώς το υπόστρωμα που εισέρχεται σε ρολό. Αυτά τα μηχανήματα είναι εξαιρετικά αποδοτικά για μεγάλου όγκου παραγωγές λόγω της ταχύτητάς τους.



Εικόνα 56 (Περιστροφική μηχανή κοπής)

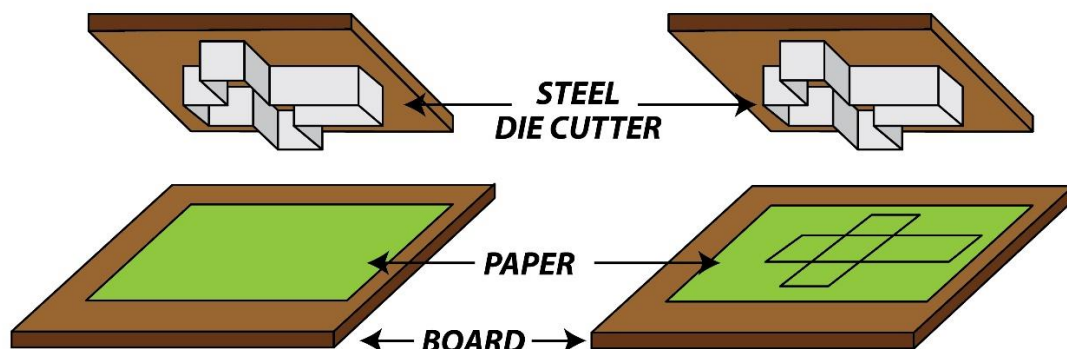
Τέλος, οι ψηφιακές μηχανές κοπής χρησιμοποιούν τεχνολογία λέιζερ προσφέροντας απόλυτη ακρίβεια για περίπλοκα και λεπτομερή σχέδια χωρίς άμεση επαφή με το υπόστρωμα, έχοντας ως αποτέλεσμα καθαρά και ακριβείς σχήματα. Οι μηχανές αυτές

προτιμώνται για την ικανότητά τους να κόβουν ένα ευρύ φάσμα υλικών, συμπεριλαμβανομένων πλαστικών και μεμβρανών.



Εικόνα 57 (Μηχανή κοπής με λέιζερ)

Πριν την εφεύρεση αυτών των μηχανών όμως, φτιάχνονταν στο χέρι τα καλούπια, πράγμα που γίνεται ακόμα και σήμερα αλλά για πολύ μικρά τираζ. Φτιάχνονται από χάλυβα, ο οποίος σφυρηλατείτε ώστε να δημιουργήσει το απαιτούμενο σχήμα και ύψος (το πιο ψηλό σημείο περίπου στα 25 mm).



Εικόνα 58 (Καλούπι κοπής)

Λόγω του υλικού των καλουπιών και το πάχος της λάμας, πρέπει να αφήνεται ένα περιθώριο περιμετρικά από τα σημεία κοπής το οποίο πρέπει να υπολογίζεται κατά τον σχεδιασμό και επίσης το σχήμα που θέλουμε να κόψουμε να μην έχει πολλές και μικρές γωνίες. Τα ειδικά αυτά μηχανήματα μπορούν πλέον να εξυπηρετήσουν και μεγαλύτερα τираζ αφού εισέρχονται σε ρολό οι ετικέτες και κόβονται στο επιθυμητό

σχήμα χωρίς να χαλάσει το υπόστρωμα και το προστατευτικό φιλμ από την πίσω πλευρά. Το ιδανικό είναι το υπόστρωμα να είναι μεγαλύτερο ή και ίσο με 3 mm αφού τα καλούπια είναι πλήρως προσαρμόσιμα στις ανάγκες του κάθε πελάτη τα οποία μπορεί να ξαναχρησιμοποιήσει μετά το πέρας της εργασίας.

Οι ετικέτες με εσωτερικά κοπτικά είναι πλέον διαδεδομένες στην αγορά και τις συναντάμε συνήθως σε μπουκάλια , βάζα κουτιά και πολλά άλλα. Σε αντίθεση με τις απλές ετικέτες, δεν χρειάζεται να διατίθενται μόνο στα γνωστά σχήματα όπως ορθογώνιες, τετράγωνες κυκλικές και άλλα. Οι εταιρίες μπορούν να δημιουργήσουν πολύ ωραίες ιδέες με πρωτότυπα μεγέθη και σχήματα κάνοντας το προϊόν τους να ξεχωρίζει στα ράφια ενός σουπερμάρκετ δίπλα στις άλλες συμβατικές συσκευασίες. Μια πολύ ωραία χρήση των κοπτικών αυτών είναι πάνω σε γυάλινες συσκευασίες δημιουργώντας ενδιαφέροντα "παράθυρα" μέσα από τα οποία μπορεί να φαίνεται το χρώμα του προϊόντος. Παρακάτω παρατίθενται μερικά παραδείγματα die cut ετικετών που βρήκαμε ενδιαφέροντα :

1.



Εικόνα 59 (Ετικέτα με περίπλοκο σχήμα για μέλια)

2.



Εικόνα 60 (Σχήμα με καμπύλες για ετικέτα)

3.



Εικόνα 61 (Ετικέτα σε μπουκάλι με σχήμα μήλου)

4.



Εικόνα 62 (Ετικέτα "παράθυρο" για λάδι)

5.



Εικόνα 63 (Διάφορες ιδέες με die cut ετικέτες σε μπουκάλια και βάζα)

Η αγορά των die cut ετικετών χαρακτηρίζεται ως δυναμική και συνεχώς μεταβαλλόμενη λόγω της ανταγωνιστικότητας που υπάρχει στην αγορά. Η κάθε εταιρία προσπαθεί να διακριθεί μέσω της ποιότητας των προϊόντων που προσφέρει, των τιμών τους, της φιλικότητας προς το περιβάλλον και τέλος της ικανοποίησης των πελατών τους. Η ζήτηση τα επόμενα χρόνια γι' αυτού του είδους ετικέτας αναμένεται να αυξηθεί λόγω των τεχνολογικών εξελίξεων αλλά και των παγκοσμίων τάσεων στην αγορά, με χώρες όπως η Βόρεια Αμερική, Ευρώπη και Ασία να κυριαρχούν.

Συμπερασματικά, το εσωτερικό κοπτικό είναι μια πολύ καλή λύση για ετικέτες πιο προσωποποιημένες, πρωτότυπες και ευφάνταστες. Σίγουρα η διαδικασία δεν είναι τόσο άμεση και γρήγορη όσο μια τυπικής ετικέτας αλλά χαρίζει αρκετά στο τελικό αποτέλεσμα και είναι πιο πιθανό να την διαλέξει ο πελάτης ανάμεσα σε όλες τις άλλες πανομοιότυπες που υπάρχουν στα ράφια.

2.8 Shrink sleeve (μανίκι)

Με τις ετικέτες Shrink Sleeve παρέχεται πλήρη κάλυψη τριακοσίων εξήντα μοιρών σε ένα δοχείο ή μπουκάλι. Τα δύο κοινά υλικά συρρίκνωσης που χρησιμοποιούνται είναι το πολυβινυλοχλωρίδιο (PVC) και το πολυαιθυλένιο τερεφθαλικό τροποποιημένο με γλυκόλη (PETG). Οι ετικέτες αυτές έχουν την δυνατότητα να εφαρμοστούν σε μπουκάλια ή άλλες συσκευασίες με ιδιαίτερο σχήμα και μπορεί η εκτύπωση να γίνει ακόμη και με μεταλλικά μελάνια, μελάνια UV και διάφορα φινίρισμα όπως matte ή glossy.

Καλύπτουν τα μπουκάλια, αρχίζοντας από το πάνω μέρος τους μέχρι κάτω και σχεδιάζονται είτε με έγχρωμα γραφικά τριακοσίων εξήντα μοιρών, αλλά και με κείμενο. Αυτή η τεχνική προσδίδει μια επιπλέον ανθεκτικότητα στην τριβή και την υγρασία και επίσης λειτουργεί ως αποτρεπτικό μέτρο κατά της νοθείας.

Η θερμοσυρρικνούμενη μεμβράνη που χρησιμοποιείται, είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο και δημιουργεί μια ακόμα πιο ελκυστική και εντυπωσιακή συσκευασία προϊόντος, κάνοντας τα να ξεχωρίζουν στα ράφια των σούπερ μάρκετ. Το συναντάμε συχνά σε μπουκάλια αναψυκτικών και αλκοολούχα ποτά.



Εικόνα 64 (θερμοσυρρικνούμενη ετικέτα)

Όπως προαναφέραμε, εφαρμόζει σε ολόκληρο το σώμα της φιάλης και αφού θερμοσυρρικνωθεί «αγκαλιάζει» όλη την επιφάνειά της και γίνεται ένα με αυτή. Προσφέρει επιπλέον μεγαλύτερο χώρο για περισσότερες πληροφορίες και κείμενα, ενώ «λύνει τα χέρια» στους σχεδιαστές για καλύτερη εικαστική αξιοποίηση της συσκευασίας.

Τέλος, η μέθοδος του shrink sleeve δίνει έξυπνες λύσεις για προωθητικές ενέργειες με την ένωση περισσότερων προϊόντων για προσφορές (1+1) ή με την ενσωμάτωση δώρων στη συσκευασία.

2.9 Ειδικά υλικά

I. Υπόστρωμα

Το υπόστρωμα που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ετικετών αποτελείται από τρία στρώματα. Το άνω στρώμα είναι το μπροστινό υλικό με την εκτύπωση (*facestock*). Αυτό το στρώμα μπορεί να αποτελείται από διάφορους τύπους υλικών και με πάμπολλα χαρακτηριστικά. Το δεύτερο στρώμα είναι η κόλλα όπου και αυτές με την σειρά τους, χωρίζονται σε δύο κύριες ομάδες - μόνιμες και αφαιρούμενες. Το χαρτί υποστήριξης ή *liner* είναι το τελευταίο στρώμα. Περιγράφεται ως ο φορέας της ετικέτας κατά τη

διάρκεια της κατασκευής και την προστατεύει μέχρι τη επικόλληση της πάνω στην συσκευασία. Οι δυνατότητες είναι ατελείωτες όσον αφορά τον συνδυασμό αυτών των στρωμάτων. Υπάρχουν περισσότεροι από 500 διαφορετικά υποστρώματα, περίπου 150 ποικιλίες κόλλας και περισσότερες από 50 διαφορετικές επιστρώσεις. Γενικά, τα υποστρώματα για την παραγωγή ετικετών μπορούν να χωριστούν σε δύο ομάδες: από χαρτί και από συνθετικό υλικό.

Τα υποστρώματα χαρτιού περιλαμβάνουν:

- Μη επικαλυμμένο χαρτί (χρησιμοποιείται για ετικέτες, που απαιτούν κατώτερη ποιότητα εκτύπωσης),
- Χαρτί με επικάλυψη (χρησιμοποιείται για ετικέτες υψηλής ποιότητας),
- Θερμικό χαρτί (χρησιμοποιείται για εκτύπωση μεταβλητών δεδομένων, π.χ. ετικέτες επιστολών),
- Επιμεταλλωμένο χαρτί (χρησιμοποιείται για ειδικά οπτικά εφέ ή ως υποκατάστατο της εκτύπωσης με θερμό φύλλο),
- Σκούρο χαρτί κόλλας (χρησιμοποιείται για την κάλυψη λανθασμένων συσκευασιών ή άλλων περιεχομένων έντυπου υλικού),
- Ειδικό χαρτί (εμφανίζει ειδική δομή ή χρωματική απόχρωση, π.χ. χρησιμοποιείται για ετικέτες κρασιού).

Τα συνθετικά υποστρώματα περιλαμβάνουν (Yam, 2009):

- Πολυπροπυλένιο ή PP (αρκετά ανθεκτικό)
- Επιμεταλλωμένο PP (ίδια χαρακτηριστικά με το PP, χρησιμοποιείται για ετικέτες με ειδικά μεταλλικά οπτικά εφέ),
- Πολυαιθυλένιο ή PE (πιο ελαστικό / εύκαμπτο υπόστρωμα),
- Πολυεστέρας ή PET (μέγιστη ανθεκτικότητα και ανθεκτικότητα).
- Μη υφασμένο ύφασμα (Το μη υφασμένο ύφασμα δίνει επιπλέον αντοχή).
- Λάτεξ που επιτρέπει στην ετικέτα να είναι πολύ πιο εύκαμπτη και να παίρνει το σχήμα της εκάστοτε συσκευασίας.
- Τα πλαστικά όπως το βινύλιο και το φιλμ PET έχουν πολλά και διαφορετικά χαρακτηριστικά, όπως μεγαλύτερη αντοχή, ακαμψία, διαφάνεια και ανθεκτικότητα σε απαιτητικά περιβάλλοντα. Το αρνητικό αυτών όμως είναι ότι για την παραγωγή και εκτύπωση τους απαιτούν ειδικό εξοπλισμό καθώς συνήθως δεν τυπώνονται καλά με συμβατικά μελάνια.

II. Κόλλα

Από την αρχή της διαδικασίας, δηλαδή από την παραγωγή των ετικετών, είναι πρωταρχικής σημασίας η επιλογή του σωστού συνδυασμού υποστρώματος-κόλλας. Η κόλλα επιλέγεται ανάλογα με την επιφάνεια της συσκευασίας πάνω στην οποία θα τοποθετηθεί η ετικέτα, καθώς και ανάλογα με τις συνθήκες αποθήκευσης. Η λάθος επιλογή τύπου κόλλας μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την αποκόλληση της με αποτέλεσμα να χαθούν σημαντικές πληροφορίες. Αντίθετα, ενδέχεται να μην είναι δυνατή η αφαίρεσή τους από την συσκευασία όταν αυτό χρειαστεί.

Οι κατηγορίες που υπάρχουν για τις κόλλες είναι οι εξής:

- Μόνιμης Επικόλλησης (Permanent) (τυπική πρόσφυση στις περισσότερες επιφάνειες).

Πρόκειται για την πιο συνηθισμένη κόλλα που χρησιμοποιείται σε αυτοκόλλητες ετικέτες και, όπως υποδηλώνει η ονομασία της, είναι μόνιμη (δηλαδή, όταν εφαρμόζεται με πίεση, δεν μπορεί να αφαιρεθεί). Αυτός ο τύπος χρησιμοποιείται συνήθως για σημαντικές πληροφορίες που δεν πρέπει να καταργηθούν ή να αλλάξουν. Η κόλλα αυτή έχει διάρκεια ζωής περίπου δώδεκα μήνες (υπό κανονικές συνθήκες). Οι ιδανικές συνθήκες αποθήκευσης είναι το δροσερό ή ξηρό περιβάλλον.

- Εξαιρετικά μόνιμης (εκεί που χρειάζεται ισχυρή πρόσφυση)

Ιδανικές όταν το υπόστρωμα στο οποίο επικολλάται δεν είναι λείο.

- Προσωρινή/Αφαιρούμενη (Removable) (εκεί που χρειάζεται εύκολη αφαίρεση ετικετών, που δεν αφήνουν ίχνη κόλλας).

Αυτή είναι μια λιγότερο διαδεδομένη κόλλα και όπως υποδηλώνει το όνομά της, μπορεί εύκολα να αφαιρεθεί από την συσκευασία ώστε να μπορεί να ξαναχρησιμοποιηθεί ή η εν λόγω ετικέτα να φυλαχτεί για μελλοντική χρήση. Αυτός ο τύπος χρησιμοποιείται συνήθως για προωθητικές καμπάνιες (π.χ. ετικέτες προσφορών/εκπτώσεων)..

- Κατάψυξης/Χαμηλής θερμοκρασίας (Deep Freeze), (για πρόσφυση σε χαμηλές θερμοκρασίες π.χ. ετικέτες κατεψυγμένων τροφίμων).

Αυτή η κόλλα είναι ιδανική για περιβάλλοντα με χαμηλές θερμοκρασίες, αν και μπορεί να είναι εξίσου αποτελεσματική και σε θερμοκρασίες δωματίου. Ο συγκεκριμένος τύπος χρησιμοποιείται συνήθως για εφαρμογές τροφίμων σε περιβάλλοντα κατάψυξης.

- Ειδικές κόλλες (για ειδικές επιφάνειες και συνθήκες επισήμανσης, όπως σε ετικέτες ελαστικών αυτοκινήτου).

III. Μελάνια

- Μελάνια διαλύτη:

Ως κύριο συστατικό τους είναι οι πτητικές οργανικές ενώσεις (VOC) δηλαδή οι οργανικές χημικές ενώσεις όπου έχουν υψηλή πίεση. Το χρώμα τους προσδίδονται με την βοήθεια χρωστικών ουσιών και παρέχουν μεγάλη αντοχή στο ξεθώριασμα. Κύριο πλεονέκτημα τους είναι η χαμηλή τιμή τους και το ότι επιτρέπουν την εκτύπωση σε εύκαμπτα, μη επικαλυμμένα υποστρώματα, τα οποία χρησιμοποιούνται κυρίως για την παραγωγή πινακίδων, πανό και αυτοκόλλητων. Χρησιμοποιώντας μελάνια με βάση διαλύτες στις εκτυπώσεις, αυτές γίνονται αδιάβροχες και ανθεκτικές στην υπεριώδη ακτινοβολία, χωρίς να απαιτούνται ειδικές επικαλύψεις, ιδανικό για προϊόντα εξωτερικής χρήσης. Μειονέκτημά τους είναι ότι κατά την παραγωγή εκλύουν αέρια από τους διαλύτες, τα οποία είναι βλαβερά για την ανθρώπινη υγεία αλλά και το περιβάλλον. Όταν χρησιμοποιείται υψηλή ταχύτητα εκτυπώσεων με χρήση πολλών εκτυπωτών, απαιτείται ειδικός εξοπλισμός στεγνώματος, συνήθως χρησιμοποιείται συνδυασμός θερμαντήρων και φυσητήρων.

Τα μελάνια διαλυτών χωρίζονται σε δύο υποκατηγορίες:

Το σκληρό μελάνι διαλύτη:

Το οποίο προσφέρει μεγαλύτερη ανθεκτικότητα χωρίς εξειδικευμένα επιχρίσματα, αλλά απαιτεί εξειδικευμένο εξαερισμό κατά την εκτύπωση, για να αποφευχθεί η έκθεση των εργατών σε αναθυμιάσεις,

Και τα μαλακά ή "Eco" μελάνια διαλυτών:

Τα οποία εξακολουθούν να μην είναι τελείως ασφαλή, αλλά προορίζονται για χρήση σε κλειστούς χώρους χωρίς εξειδικευμένο εξαερισμό της περιοχής εκτύπωσης. Τα ήπια μελάνια διαλυτών έχουν μεγάλη δημοσιότητα τα τελευταία χρόνια καθώς η ποιότητα

και η ανθεκτικότητα των χρωμάτων τους έχει αυξηθεί ενώ το κόστος του μελανιού έχει μειωθεί σημαντικά.

- Μελάνια UV

Τα μελάνια UV αποτελούνται κυρίως από ακρυλικά μονομερή, αυτό έχει σαν συνέπεια μετά την εκτύπωση, το μελάνι να σκληραίνει με την έκθεση σε έντονο υπεριώδες φως. Έτσι το είδος αυτό μελανιού όταν εκτεθεί σε υπεριώδη ακτινοβολία, λαμβάνει χώρα μια χημική αντίδραση και οι φωτοεκκινητές προκαλούν τη μετατροπή των συστατικών μελανιού σε στερεό. Η διαδικασία σκλήρυνσης γίνεται συνήθως με την χρήση μιας κλειστής λυχνίας υδραργύρου ή UV LED. Αποτέλεσμα αυτής της χημικής αντίδρασης είναι τα μελάνια UV να μην εξατμίζονται, αλλά να σκληραίνουν. Η αντίδραση αυτή γίνεται πολύ γρήγορα, και έχει ως αποτέλεσμα το άμεσο στέγνωμα συνεπάγοντας έτσι στην συνολικά γρήγορη διαδικασία εκτύπωσης. Με αυτή την άμεση χημική αντίδραση, κανένας διαλύτης δεν διεισδύει στο υπόστρωμα όταν βγει από τον εκτυπωτή, και έτσι μας παρέχει εκτυπώσεις υψηλής ποιότητας αλλά και έναν ασφαλή τρόπο εκτύπωσης συσκευασιών τροφίμων. Το μειονέκτημά τους είναι ότι είναι πολύ ακριβά, απαιτούν ακριβές μονάδες σκλήρυνσης και το στερεό μελάνι έχει αρκετό όγκο.

Ενώ γίνονται βελτιώσεις στην τεχνολογία, τα μελάνια που μπορούν να σκληρύνουν με υπεριώδη ακτινοβολία, λόγω του όγκου τους, είναι ευαίσθητα σε ρωγμές, αν εφαρμοστούν σε ένα εύκαμπτο υπόστρωμα. Και για αυτό, συχνά χρησιμοποιούνται σε μεγάλους εκτυπωτές "επίπεδης βάσης", οι οποίοι εκτυπώνουν κατευθείαν σε άκαμπτα υποστρώματα, όπως πλαστικό, ξύλο ή αλουμίνιο, όπου η ευελιξία δεν προκαλεί ανησυχία.

- Μελάνια εξάχνωσης βαφής

Τα μελάνια αυτά περιέχουν ειδικές βαφές εξάχνωσης και χρησιμοποιούνται για την εκτύπωση άμεσα ή έμμεσα σε υφάσματα πολυεστέρα. Με την θέρμανση αναγκάζονται οι βαφές να εξαχνωθούν στις ίνες και να δημιουργήσουν μια εκτύπωση με έντονο χρώμα και μεγάλη αντοχή.

2.10 Προσωπική ετικέτα

Στον κόσμο του λιανικού εμπορίου, ο όρος "ιδιωτική ετικέτα" χρησιμοποιείται για προϊόντα που κατασκευάζονται από τρίτους, αλλά πωλούνται με την επωνυμία μιας εταιρείας. Οι κατασκευαστές ιδιωτικών ετικετών αναθέτουν σε τρίτους την εργασία που συνεπάγεται η δημιουργία και η συσκευασία του προϊόντος, ώστε να αποφεύγετε το κόστος και η πολυπλοκότητα της παραγωγής των προϊόντων μιας εταιρείας.



Εικόνα 65 (προσωπική ετικέτα)

Σε αντίθεση με άλλες στρατηγικές για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, όπως π.χ. dropshipping, ή μεταπώληση άλλου προϊόντος εταιρείας, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν σχεδιαστεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές της επωνυμίας της εταιρείας. Για παράδειγμα, μπορεί μια εταιρεία να δημιουργήσει μια σειρά κεριών με έναν κατασκευαστή ιδιωτικής ετικέτας που περιλαμβάνει τα αρώματα, τα χρώματα και τις ετικέτες που έχει επιλέξει η ίδια.

Η ιδιωτική επισήμανση είναι ένα δημοφιλές επιχειρηματικό μοντέλο, ιδιαίτερα κοινό στην Ευρώπη. Στην πραγματικότητα, η ιδιωτική ετικέτα συνθέτει γύρω στο 20 -50% των πωλήσεων σούπερ μάρκετ στην Ευρώπη και περίπου το 19,5% όλων των λιανικών πωλήσεων στις ΗΠΑ. Αυτή η μέθοδος είναι επίσης μια εξαιρετικά ευέλικτη επιλογή για πολλές εταιρείες, καθώς είναι δυνατή η προσθήκη ιδιωτικής ετικέτας σε ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών προϊόντων, από τρόφιμα μέχρι ρούχα.



Εικόνα 66 (προσωπικές ετικέτες)

Συγκεκριμένα, ενώ μια προσφορά ιδιωτικής ετικέτας μπορεί να είναι παρόμοια με ανταγωνιστικά προϊόντα στην αγορά, η ακριβής φόρμουλα κατασκευής πρέπει να είναι λίγο διαφορετική για να διασφαλιστεί ότι δεν θα πέσει θύμα τυχόν ζητημάτων πνευματικών δικαιωμάτων. Εάν δείτε μια επιχείρηση ιδιωτικής ετικέτας να προσφέρει ένα προϊόν, το πιθανότερο είναι ότι η ίδια ακριβώς λύση δεν θα είναι διαθέσιμη πουθενά αλλού.

Ενώ η ιδιωτική ετικέτα μπορεί να φαίνεται σαν μια περίπλοκη ιδέα στην αρχή, είναι στην πραγματικότητα ένα από τα πιο απλά επιχειρηματικά μοντέλα για νέους επιχειρηματίες. Το επιχειρηματικό μοντέλο περιλαμβάνει δύο μέρη: έναν κατασκευαστή ιδιωτικής ετικέτας και ένα εμπορικό σήμα λιανικής. Οι κατασκευαστές είναι υπεύθυνοι για την κατασκευή ενός προϊόντος σύμφωνα με τις προδιαγραφές του λιανοπωλητή.

Ο έμπορος λιανικής πρέπει να παρέχει format σχετικά με τις προδιαγραφές του προϊόντος, τον κατασκευαστή, καθώς και πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο συσκευασίας και παρουσίασής του. Στη συνέχεια, ένας κατασκευαστής ιδιωτικών ετικετών θα διασφαλίσει ότι συμμορφώνεται με τα πρότυπα που ορίζει ο πωλητής λιανικής, εφαρμόζοντας στρατηγικές ποιοτικού ελέγχου, ελαχιστοποιώντας ταυτόχρονα το κόστος παραγωγής όποτε είναι δυνατόν.

Μόλις αναπτυχθούν τα προϊόντα από τον κατασκευαστή, γενικά επιστρέφονται στον λιανοπωλητή, ο οποίος επιλέγει πού και πώς να τα πουλήσει. Όσον αφορά τους

καταναλωτές, τα προϊόντα παρουσιάζονται ως οι έμποροι λιανικής που κατέχουν «επώνυμα» προϊόντα, χωρίς αλληλεπιδράσεις τρίτων.

Η ιδιωτική ετικέτα λειτουργεί καλύτερα για εταιρείες που θέλουν να δημιουργήσουν μοναδικά προϊόντα, χρησιμοποιώντας τη δική τους επωνυμία, χωρίς να χρειάζεται να πληρώσουν για την τεχνολογία και τους πόρους για τη δημιουργία αντικειμένων στο σπίτι. Σημειωτέον, η ιδιωτική επισήμανση δεν πρέπει να συγχέεται με τη «λευκή επισήμανση», η οποία είναι ένα ξεχωριστό επιχειρηματικό μοντέλο.

Τα οφέλη της ιδιωτικής επισήμανσης:

Όπως τα περισσότερα επιχειρηματικά μοντέλα, η ιδιωτική επισήμανση συνοδεύεται από διάφορα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Η δημιουργία ενός προϊόντος με ιδιωτική ετικέτα μπορεί να είναι πιο χρονοβόρα και προκλητική από τη χρήση μιας εναλλακτικής λύσης λευκής ετικέτας, για παράδειγμα. Μερικά από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα είναι:

- **Μοναδικές προτάσεις αξίας:** Οι έμποροι λιανικής ιδιωτικής ετικέτας μπορούν να ελέγχουν όλες τις πτυχές της παραγωγής των δικών τους προϊόντων, από τη φόρμουλα κατασκευής έως τον σχεδιασμό τους. Αυτό σημαίνει ότι μπορούν να δημιουργήσουν κάτι που είναι εντελώς ξεχωριστό από άλλες κορυφαίες μάρκες. Μια λύση ιδιωτικής ετικέτας δεν θα είναι ποτέ ακριβώς η ίδια με κάτι άλλο που δημιουργήθηκε στον κλάδο, επομένως είναι ένας καλός τρόπος να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους.
- **Ικανότητα προσαρμογής:** Η ιδιωτική ετικέτα επιτρέπει τη γρήγορη προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς, χωρίς να χρειάζεται η αγορά νέων μηχανημάτων ή η πρόσληψη ειδικών κάθε φορά που δημιουργείται ένα νέο προϊόν. Οι πωλητές ιδιωτικών ετικετών μπορούν να ανταποκριθούν γρήγορα σε αρνητικές κριτικές ή μεταβαλλόμενες απαιτήσεις στον κλάδο τους, ώστε να είναι πιο ικανοί να ανταγωνίζονται.
- **Παραγωγή και ποιοτικός έλεγχος:** Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η ιδιωτική ετικέτα δίνει τον απόλυτο έλεγχο του τρόπου παραγωγής των αντικειμένων. Μπορεί κάποιος να παρέχει οδηγίες στον κατασκευαστή για όλες τις πτυχές του προϊόντος και να ορίζει μέτρα ποιοτικού ελέγχου. Μπορεί επίσης να παραγγείλει δείγματα προϊόντων για να διασφαλίσει ότι ευθυγραμμίζονται με τις απαιτήσεις του, πριν τα αγοράσει. Αυτό μειώνει τον κίνδυνο λαθών.

- Έλεγχος τιμολόγησης: Οι πωλητές και οι έμποροι λιανικής μπορούν να κάνουν αλλαγές στη στρατηγική τιμολόγησης τους όποτε θέλουν. Μπορούν να πειραματιστούν με διαφορετική στρατηγική αλυσίδας εφοδιασμού και εφοδιαστικής και να ελέγχουν το κόστος παραγωγής με έναν κατασκευαστή. Μπορεί να ερευνηθεί μια σειρά από τύπους τιμών για να διασφαλίσει ότι μεγιστοποιείται το περιθώριο κέρδους.
- Ανάπτυξη επωνυμίας: Ίσως το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της ιδιωτικής ετικέτας έναντι άλλων μεθόδων όπως η λευκή ετικέτα και dropshipping, είναι ότι μπορεί να δημιουργήσει αναγνώριση για τη συγκεκριμένη επωνυμία. Μπορεί να προστεθεί το συγκεκριμένο λογότυπο και χρώματα σε όλα, από τα προϊόντα μέχρι τα τιμολόγια και τις συσκευασίες. Αυτό διευκολύνει τη δημιουργία ενός χώρου για την επωνυμία στον κλάδο που ενδιαφέρει κάποιον.

2.11 Ετικέτες με εκτύπωση στην κόλλα

Υπάρχουν πολλά και διαφορετικά είδη αυτοκόλλητων ετικετών. Κάθε είδος έχει και τον δικό του τύπο κόλλας που επιτρέπει στην ετικέτα να προσκολλάται σε διαφορετικές επιφάνειες αναλόγως με τη χρήση για την οποία αυτή προορίζεται.

Παρακάτω δίδονται πληροφορίες σχετικά με τους διαφορετικούς τύπους ετικετών και τους τρόπους χρήσης τους, για να επιλέγεται ο κατάλληλος τύπος αυτοκόλλητης ετικέτας για τις ανάγκες κάθε ενδιαφερόμενου.

- Ασφάλεια προϊόντων - κάλυψη όλων των σχετικών βιομηχανικών και ρυθμιστικών απαιτήσεων.
- Αντοχή - εξασφαλίζοντας ότι οι ετικέτες θα παραμείνουν ακέραιες καθ' όλη τη διάρκεια ζωής των προϊόντων που έχουν επισημανθεί.
- Κορυφαία οικονομική απόδοση - εξασφάλιση της ιδανικής ισορροπίας μεταξύ κόστους και απόδοσης.
- Αειφορία - μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος του προϊόντος και ανάπτυξη βιώσιμων λύσεων.

- Thermal Economy

Είναι ένα χαρτί που διαθέτει ειδική θερμική επίστρωση, η οποία γίνεται μαύρη όταν εκτεθεί σε μία πηγή θερμότητας. Αυτός ο τύπος χαρτιού χρησιμοποιείται συνήθως για καταγραφή πληροφοριών σε βραχυπρόθεσμη βάση, π.χ., καταγραφή σε καταλόγους στα σημεία πώλησης καταστημάτων, ζυγαριές, logistics, ετικέτες διευθύνσεων και περιγραφές τερματικών πλαισίων.

- Θερμικό Top Coated

Είναι ο τύπος χαρτιού που διαθέτει μια προστατευτική επίστρωση που προστατεύει τη θερμικά ευαίσθητη περιοχή της όψης της ετικέτας από φθορά που μπορεί να οφείλεται σε λίπη, γράσο, διαλύτες και πλαστικοποιητές (συνήθως από φιλμ συσκευασίας που μπορεί να έρθουν σε επαφή οι ετικέτες κατά την αποθήκευση ή τη μεταφορά). Ο συγκεκριμένος τύπος ετικέτας χρησιμοποιείται συνήθως σε περιβάλλοντα κατάψυξης για προ-συσκευασμένα τρόφιμα (όπως το κρέας και το τυρί) στα σουπερμάρκετ.

- Semi-Gloss

Είναι ένα χαρτί που χρησιμοποιείται συνήθως σε πολύχρωμες εκτυπώσεις - στην θερμικής μεταφοράς, όπου δίνεται και στην παραμικρή εικαστική λεπτομέρεια, διότι περιλαμβάνει μια γυαλιστερή επίστρωση λευκού χρώματος που δεν περιέχει ξύλο.

- Vellum (Uncoated)

Είναι ένα μηχανικά επεξεργασμένο χαρτί το οποίο δεν περιέχει ξύλο, πρόκειται για ομαλό και λευκό χαρτί. Αυτός ο τύπος χαρτιού χρησιμοποιείται συνήθως για εφαρμογές γενικού σκοπού (όπως barcoding και καταγραφή γενικών πληροφοριών σε καταλόγους).

- Πολυπροπυλένιο

Αυτό το χαρτί διαθέτει ένα διαφανές ή λευκό γυαλιστερό φιλμ που χρησιμοποιείται για άκαμπτες και ανθεκτικές εφαρμογές. Έχει αδιάβροχα υλικά που επιτρέπουν στις αυτοκόλλητες ετικέτες να χρησιμοποιηθούν σε καλλυντικά, είδη προσωπικής υγιεινής και άλλες διαφημιστικές εφαρμογές. Απαιτείται δε μια ειδική μελανοταινία για την εκτύπωση σε αυτό το υλικό, η οποία είναι συμβατή με τους περισσότερους αξιόπιστους εκτυπωτές της αγοράς.

2.12 Ετικέτες που αφαιρούνται με το πλύσιμο

Μια καινοτομία που αναπτύχθηκε στον κλάδο της ετικέτας και πλέον είναι πολύ διαδεδομένη στην αγορά είναι οι αφαιρούμενες ετικέτες. Είναι δηλαδή, ετικέτες που μπορούν να αποκολληθούν εύκολα χωρίς να δημιουργούν ζημίες και να αφήνουν υπολείμματα στην συσκευασία. Οι προσωρινές αυτές ετικέτες χρησιμοποιούνται για τον κύριο λόγο της ανακύκλωσης, πιο συγκεκριμένα αφαιρούνται με το πλύσιμο κατά την διαδικασία καθαρισμού. Γενικώς η ετικέτα λόγω των κατεργασιών που έχει υποστεί, της κόλλας και των μελανιών, δεν είναι ένα είδος υλικού που μπορεί να ενταχθεί σε μια κατηγορία και να ανακυκλωθεί. Με αυτή λοιπόν την τεχνική μπορεί να αφαιρεθεί πλήρως με νερό και μετά η συσκευασία να είναι καθαρή ώστε να ανακυκλωθεί ή να επαναχρησιμοποιηθεί.



Εικόνα 67 (Wash off ετικέτες)

Όλο και περισσότεροι καταναλωτές νοιάζονται αν το προϊόν που θα αγοράσουν είναι φιλικό προς το περιβάλλον και οι εταιρίες δεν μπορούν να το αγνοήσουν αυτό, βρίσκουν τρόπους να χρησιμοποιούν πιο "πράσινα" υλικά και τεχνικές όπως αυτή των αφαιρούμενων ετικετών. Έχουν όμως και άλλα πλεονεκτήματα :

1. Το υλικό που χρησιμοποιείται για την τεχνική αυτή είναι συνήθως διάφανο δίνοντας του μια όμορφη και ξεχωριστή όψη.
2. Παρόλο που οι ετικέτες είναι προσωρινές, είναι εξίσου ανθεκτικές και αδιάβροχες και αφαιρούνται μόνο κατά από ειδικές συνθήκες.
3. Προσδίδει κύρος στην εταιρεία και μπορεί να χρησιμοποιήσει τον όρο φιλικό προς το περιβάλλον από την παραγωγή μέχρι και την αφαίρεσή τους.
4. Δεν καταστρέφει την αρχική συσκευασία και μπορεί έτσι να επαναχρησιμοποιηθεί.

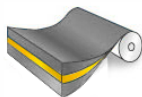
5. Έχει πολλές χρήσεις, όπως σε μεγάλες αποθήκες για προϊόντα που λήγουν και θα πρέπει να αλλαχθεί η ετικέτα τους μετά από κάποιο διάστημα.

Τα υποστρώματα που χρησιμοποιούνται για αυτές τις ετικέτες είναι συνήθως πολυαιθυλένιο (PE) που είναι διάφανο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σε ανακυκλωμένη μορφή, προπυλένιο (PP) είτε διάφανο είτε άσπρο και τέλος χαρτί ανθεκτικό στα αλκάλια. Το τελευταίο αυτό χημικά βελτιωμένο υλικό, δεν αλλοιώνεται σε αλκαλικές ουσίες (χαμηλό pH) όπως σαπουνία και κόλλες. Είναι παράλληλα ανθεκτικό και το συναντάμε συχνά σε συσκευασίες σαπουνιών.

Οι κόλλες που χρησιμοποιούνται για αυτή την τεχνική, χαρακτηρίζονται από την εύκολη αποκόλληση τους χωρίς υπολείμματα αλλά και παραμένοντας ανθεκτική και μη επηρεασμένη από την τυχόν υγρασία. Συνήθως διαλέγουν τις κόλλες που χαρακτηρίζονται ως pressure sensitive δηλαδή, σε αυτές που πρέπει να ασκηθεί πίεση και απαιτείται διαλύτης, νερό ή θερμότητα για ενεργοποίηση της κόλλας. Παρακάτω παρατίθενται μερικά παραδείγματα και τα χαρακτηριστικά τους.

- 62 P (εταιρία :Herma)

Αφαιρείται με νερό και έχει ακρυλική βάση. Είναι αρκετά δυνατή και αφαιρείται μόνο στους 35°C και πάνω. Η ώρα αφαίρεσης εξαρτάται από το υπόστρωμα της συσκευασίας, την μέθοδο εκτύπωσης αλλά και την πίεση του νερού. Το συναντάμε κυρίως σε συσκευασίες πολυαιθυλενίου (PE) και προπυλενίου (PP) και πρέπει να αποφεύγεται η πολύ υγρασία, η ζέστη και η άμεση έκθεση στον ήλιο. Τέλος η εταιρία του δίνει ένα χρόνο ζωής στο ράφι και επίσης μπορεί να έρθει σε άμεση επαφή με φαγητά καθώς είναι ελεγμένα και κατάλληλα.



Adhesive 62P

Permanent adhesive, acrylic based, water removable

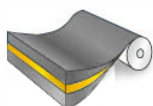
Technical data

Tack	high
Peel adhesion	high
Shear	low
Minimum application temperature	-10 °C
Service temperature	-20 to 50 °C

Εικόνα 68 (Φύλλο τεχνικών προδιαγραφών για 62 P)

- 62 RPW (εταιρία :Herma)

Αποκολλάται πλήρως στους 70°C με αλκαλικό νερό (περίπου 1%). Είναι ειδικά σχεδιασμένο για συσκευασίες PET όπως για παράδειγμα : μπουκάλια αναψυκτικών, απορρυπαντικά, καλλυντικά και πολλά άλλα. Θα πρέπει να αποθηκεύεται σε περιβάλλοντα με θερμοκρασίες 20°C με 25°C και η εταιρία του δίνει 2 χρόνια ζωής. Επίσης μπορεί να έρθει σε επαφή με φαγητό.



Adhesive 62Rpw

Permanent adhesive, acrylic based, water removable

Technical data

Tack	high
Peel adhesion	high
Shear	high
Minimum application temperature	-10 °C
Service temperature	-20 to 50 °C

Εικόνα 69 (Φύλλο τεχνικών προδιαγραφών για 62 RPW)

- TLH 9200E (εταιρία :Bostik)

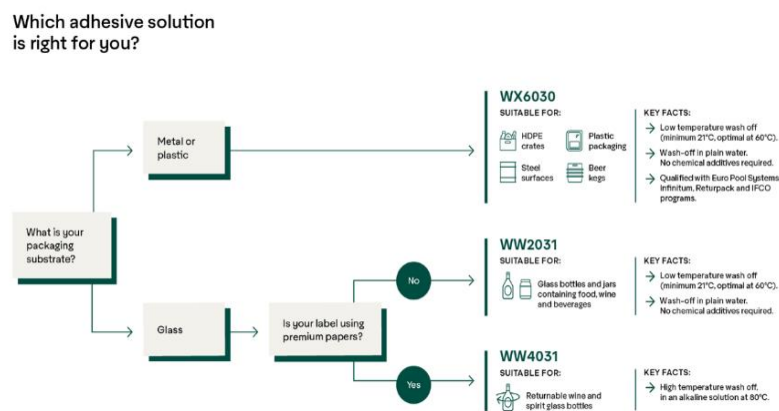
Είναι μια pressure sensitive κόλλα που αφαιρείται τελείως στους 112°C σε λιγότερο από 30 δευτερόλεπτα. Είναι πολύ δυνατή σε γυάλινες συσκευασίες ενώ η ετικέτα πρέπει να είναι πολυβινυλοχλωριδίου (PVC).

TLH 9200E	
TECHNOLOGY	HMPSA
VISCOSITY (180°C)	9000 mPa.s
SOFTENING POINT	112 °C
APPLICATION METHOD	Slot die, rotating bar, curtain coat coater head
WASH-OFF TIME	<30s
WASH-OFF BATH	2-4 % soda bath (70-80°C)
PACKAGING	Freepack , Drums

Εικόνα 70 (Φύλλο τεχνικών προδιαγραφών για TLH 9200E)

- WX6030 (εταιρία :Avery Dennison)

Κόλλα ακρυλικής βάσης ιδανική για συσκευασίες PET αλλά και από ανοξείδωτο ατσάλι όπως κουτάκια μπίρας. Αποκολλάται απευθείας σε σκέτο νερό χωρίς χημικά από 21°C μέχρι και 60°C.



Εικόνα 71 (Φύλλο τεχνικών προδιαγραφών για WX6030)

Για πολλά χρόνια δεν υπήρχαν ετικέτες wash off για χαμηλές θερμοκρασίες, οι κόλλες που υπήρχαν στην αγορά για PET προϊόντα είχαν ως χαμηλότερη θερμοκρασία τους

4,4°C απαγορεύοντας έτσι την χρήση τους σε περιβάλλοντα με χαμηλότερες θερμοκρασίες όπως αυτή της κατάψυξης. Γι' αυτό το λόγο η Bostik ανέπτυξε μια κόλλα με το όνομα : FLEXCRYL™ ClearCycle 1000 για PET και BOPP συσκευασίες, η οποία κρατάει τις ιδιότητές της ακόμα και σε -17°C κάνοντας την ιδανική για προϊόντα κατάψυξης.

Typical Properties:

Percent Solids	58%
Brookfield Viscosity @ 77°F Spindle #3 @ 20 rpm	1200
pH	7.2
Film Appearance	Clear
Stabilization System	Anionic
Sample Prep	
Coating method	Transfer
Drying conditions	2 min 15 194°F (90°C)
Adhesive Film Thickness	0.5 mil
Facestock	2 mil (50.8 micron) Mylar Polyester
Substrate	Stainless Steel
Adhesion Properties	
PSTC-101, 180° Peel Adhesion (15 minute dwell)	1.8 lbs/in
(24 hour dwell)	1.8 lbs/in
Tack Properties	
PSTC-16 Loop Tack	3.0 lbs/in ²
Cohesive Properties	
PSTC-107, Shear Adhesion (1X1X1kg)	14 hours

Εικόνα 72 (Φύλλο τεχνικών προδιαγραφών για FLEXCRYL™ ClearCycle 1000)

Όλοι γνωρίζουμε και βλέπουμε τα αποτελέσματα των πράξεων μας στο περιβάλλον, μια έστω και μικρή, βοήθεια προς τον πλανήτη μας, είναι η ανακύκλωση και μπορούν όλοι να συνεισφέρουν σε αυτό. Έτσι η βιωσιμότητα έχει γίνει για πολλούς καταναλωτές πρωταρχικό μέλημα ακόμα και στο τι θα αγοράσουν. Το μεγαλύτερο πρόβλημα με τις συσκευασίες ήταν ότι δεν αποτελούνται από ένα υλικό, κάνοντας την δύσκολη να ανακυκλωθεί. Με την τεχνική αυτή των ετικετών που αφαιρούνται με το πλύσιμο, μπορεί να αφαιρεθεί τελείως η ετικέτα και η κόλλα και στην συνέχεια η καθαρή πλέον συσκευασία μπορεί εύκολα να ανακυκλωθεί ή ακόμα να επαναχρησιμοποιηθεί. Η υιοθέτηση πιο βιώσιμων συσκευασιών είναι ένα σπουδαίο βήμα προς την μείωση των αποβλήτων και του αποτυπώματος του άνθρακα, προσφέροντας παράλληλα και στην ίδια την εταιρία του προϊόντος αφού βάση νόμων πρέπει να αναγράφεται πάνω στην συσκευασία ότι είναι φιλική προς το περιβάλλον, κάνοντας την πιο ελκυστική στους πελάτες.

Συμπερασματικά, αυτή η τεχνική σύμφωνα με έρευνες, αναμένεται να αυξηθεί κατά πολύ από το 2023 μέχρι το 2031. Οι μεγαλύτερες εταιρίες που εξειδικεύονται πάνω σε αυτές τις ετικέτες τώρα είναι οι : Ccl industries, Herma, Essentra, Avery Dennison,

Rakmarks, Colongiapress και άλλοι. Οι χώρες που το χρησιμοποιούν πιο πολύ κατά σειρά είναι : Βόρεια Αμερική, Ευρώπη, Ασία, Νότια Αμερική και τέλος Μέση Ανατολή.

Κεφάλαιο 3- ΕΡΕΥΝΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

Η ετικέτα των προϊόντων αποτελεί το μέσο ενημέρωσης του καταναλωτή αλλά και διαφήμισης της εταιρείας που παράγει το προϊόν. Συχνά ελλοχεύει ο κίνδυνος της διάθεσης της αγοράς προϊόντων με μη κατάλληλη επισήμανση λόγω παραπλανητικής διαφήμισης, ελλιπούς ή μη ορθής επισήμανσης

Στις περιπτώσεις εντοπισμού τέτοιων προϊόντων οι αρχές ελέγχου αποφασίζουν την απόσυρση του από την αγορά με σημαντικό εμπορικό και οικονομικό αντίκτυπο στον υπεύθυνο διάθεσης του προϊόντος. Προϊόντα κατά την είσοδό τους στα τελωνεία ελέγχονται για την επισήμανσή τους. Η λανθασμένη επισήμανση ως αίτιο απόσυρσης προϊόντων φτάνει το 50% σε σχέση με το σύνολο των αιτιών απόσυρσης προϊόντων.

3.1 Περιεχόμενο και ορισμός επισήμανσης της διατροφικής ετικέτας

Τα υποχρεωτικά στοιχεία που περιλαμβάνει η επισήμανση των τροφίμων είναι τα ακόλουθα:

i. Όνομα του τροφίμου

Το όνομα που πωλείται ένα τρόφιμο δεν μπορεί να είναι το εμπορικό σήμα ή ένα φανταστικό όνομα. Πρέπει να χρησιμοποιηθεί ή το όνομα που παρέχεται από την ΕΕ (εάν υπάρχει), ή η νόμιμη ονομασία στο κράτος-μέλος όπου βρίσκεται ή πωλείται το τρόφιμο (εάν υπάρχει), ή το σύνηθες όνομα (από τον κώδικα πρακτικής) ή περιγραφή του τροφίμου που δείχνει την πραγματική του φύση στον καταναλωτή. Αν έχει υποστεί επεξεργασία το τρόφιμο ή έχει συγκεκριμένη φυσική κατάσταση (σκόνη, κατεψυγμένο, συμπυκνωμένο, καπνιστό, κλπ.), οι πληροφορίες αυτές πρέπει να προστεθούν στη νόμιμη ονομασία για να αποφευχθεί η σύγχυση. Για τα τρόφιμα που έχουν υποστεί επεξεργασία με ακτινοβολία ισχύουν ειδικοί κανόνες.

ii. Διατροφική ετικέτα ή Κατάλογος των συστατικών

Την περιεκτικότητα ενός τροφίμου σε θρεπτικά συστατικά την περιγράφουν οι ετικέτες διατροφής και προορίζονται για την επαρκή ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με τη διατροφή του. Για το λόγο αυτό, η ορολογία που χρησιμοποιείται στην διατροφική ετικέτα θα πρέπει να είναι κατανοητή από το ευρύ κοινό. Έτσι μια τυποποιημένη και απλή μορφή ετικέτας είναι πιθανό να βοηθήσει τους καταναλωτές στη χρήση των ετικετών τροφίμων και στη σύγκριση τους. Οι πληροφορίες διατροφής που δίνονται πρέπει να επιλέγονται με βάση την συνέπεια με τις διατροφικές συστάσεις. Στο χώρο της διατροφικής ετικέτας πρέπει να απεικονίζονται τα θρεπτικά συστατικά των τροφίμων και η σκοπιμότητα αναλυτικά του ποσοτικού προσδιορισμού του συγκεκριμένου θρεπτικού συστατικού ενός τροφίμου. Οι κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης απαιτούν στην Ευρώπη, να αναγράφονται στη διατροφική ετικέτα οι πρωτεΐνες, οι υδατάνθρακες, η ενέργεια, το λίπος, τα σάκχαρα τα κορεσμένα λιπαρά, και το αλάτι. Ακόμη, μπορούν να παρουσιαστούν και πρόσθετα θρεπτικά συστατικά εάν υπάρχουν σε σημαντικές ποσότητες. Επιτρέπονται πολλές παραλλαγές στη μορφή επισήμανσης. Τα παραπάνω θεσμοθετήθηκαν από την οδηγία 2008/100/EK της Επιτροπής, η οποία τροποποίησε την οδηγία 90/496 /ΕΟΚ του Συμβουλίου σχετικά με τη διατροφική επισήμανση των τροφίμων, όσον αφορά τις ημερήσιες ποσότητες πρόσληψης που συνίστανται, τους ορισμούς και τους συντελεστές μετατροπής ενέργειας. Από τον Δεκέμβριο του 2016 η διατροφική επισήμανση έγινε υποχρεωτική σχεδόν για όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι πληροφορίες χαρακτηρίζονται ως «διατροφικές πληροφορίες» (ή ισοδύναμες σε άλλες γλώσσες της ΕΕ).

Περιλαμβάνουν αρχικά: την ποσότητα αναφοράς του τροφίμου που συνήθως είναι τα 100 g (3,5 oz) ή 100 ml (3,5 imp fl oz, 3,4 US fl oz) του προϊόντος και συχνά επίσης για μια καθορισμένη "μερίδα", την αναγραφή του ενεργειακού περιεχομένου του τροφίμου σε kcal ή kJoule, στην συνέχεια η αναγραφή των συστατικών στοιχείων, που είναι το λίπος, τα κορεσμένα λιπαρά, οι υδατάνθρακες, τα σάκχαρα, οι πρωτεΐνες και το αλάτι, με τη συγκεκριμένη σειρά, με επιλογές επέκτασης αυτού του καταλόγου σε: μονοακόρεστα, πολυακόρεστα, άμυλο, βιταμίνες και ανόργανα άλατα.

Οι ισχυρισμοί για την υγεία και οι ισχυρισμοί για τη διατροφή πρέπει να είναι εναρμονισμένοι στην ΕΕ με τις απαιτήσεις του κανονισμού 1924/2006. Όμως ορισμένες ομάδες ισχυρισμών διατροφής σύμφωνα με τον κανονισμό αριθ. 1924/2006 χρειάστηκε να αλλάξουν. Έτσι τον Νοέμβριο του 2012, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή

δημοσίευσε δύο νέους κανονισμούς, τον κανονισμό αριθ. 1047/2012 και τον κανονισμό αριθ. 1048/2012. Για παράδειγμα, οι ισχυρισμοί υγείας που συνδέονται με την β-γλουτένη του κριθαριού τροποποιήθηκαν (π.χ. μειώνοντας τη χοληστερίνη του αίματος). Στο πλαίσιο του κανονισμού 1924/2006, ορίστηκαν οι νομικοί ορισμοί των διατροφικών ισχυρισμών όπως "χαμηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά", " πλούσιο σε φυτικές ίνες ", "μειωμένων θερμίδων". Όλοι οι ισχυρισμοί υγείας έχουν εναρμονιστεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Υπό την προϋπόθεση ότι οι πλήρεις πληροφορίες διατροφής εμφανίζονται στο πλαίσιο με τη διατροφική επισήμανση, μπορούν να συμπεριληφθούν πρόσθετες πληροφορίες και μορφές επισήμανσης (π.χ. σύστημα ταξινόμησης φωτεινών σηματοδοτών). Αυτό δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της ρύθμισης για τη διατροφική ετικέτα που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά σύμφωνα με την οδηγία 2000/13/EK πρέπει να εμφανίζονται στο ίδιο οπτικό πεδίο όλα τα συστατικά, και τα πρόσθετα των τροφίμων (E) καθώς και των αρτυμάτων, πρέπει να αναγράφονται στον κατάλογο με μειωτική σειρά βάρους. Τα συστατικά πρέπει να φέρουν συγκεκριμένα ονόματα, ενώ κάποιες τροφές (π.χ. αλκοολούχα ποτά) που δεν χρειάζονται λίστες συστατικών, απαιτείται να αναφερθούν όλα τα πιθανώς περιεχόμενα αλλεργιογόνα συστατικά τους. Τα νωπά φρούτα και λαχανικά, καθώς και διάφορα άλλα τρόφιμα απαλλάσσονται από την αναγραφή συστατικών. Για το πρόσθετο νερό ισχύουν ειδικοί κανόνες μόνο εάν αυτό αντιπροσωπεύει περισσότερο από 5% του βάρους του τελικού προϊόντος. Μείγματα φρούτων, λαχανικών, βοτάνων και μπαχαρικών (με "μεταβλητές αναλογίες") και συστατικά που χρησιμοποιούνται σε συμπυκνωμένη ή αφυδατωμένη μορφή, μπορούν να απαριθμούνται με τη σειρά του βάρους τους όπως καταγράφηκε πριν από τη συγκέντρωση ή την αφυδάτωσή τους. Στην περίπτωση των συμπυκνωμένων ή αφυδατωμένων τροφίμων που πρόκειται να ανασυσταθούν προσθέτοντας νερό, για τα συστατικά η απαρίθμηση γίνεται αναλογικά στο ανασυσταθέν προϊόν, με τον όρο ο κατάλογος των συστατικών να συνοδεύεται από την έκφραση συστατικά του ανασυσταθέντος προϊόντος ή συστατικά του έτοιμου προς χρήση προϊόντος. Τα γενετικά τροποποιημένα συστατικά πρέπει να δηλώνονται ως έχουν. Ένα συστατικό που αποτελείται από άλλα συστατικά μπορεί να αναφέρεται με το όνομά του και σύμφωνα με το δικό του συνολικό βάρος, αλλά το όνομά του πρέπει να ακολουθείται από πλήρη κατάλογο των δικών του συστατικών. Πρόσθετα (στο σύνθετο συστατικό), που εξυπηρετούν έναν τεχνολογικό ρόλο πρέπει επίσης να αναφέρονται.

Η οδηγία 2000/13/EK περιέχει παραρτήματα σχετικά με τα συστατικά και τα πρόσθετα τροφίμων:

- Στον πίνακα 1 δίνονται κατηγορίες συστατικών που θα μπορούσαν προηγουμένως να προσδιοριστούν με την ονομασία της κατηγορίας (ψάρι, τυρί, φυτικό έλαιο, λαχανικά, κρυσταλλωμένα φρούτα, κλπ) και όχι με συγκεκριμένο όνομα. Ο κανόνας αυτός ακυρώνεται εξαιτίας της ύπαρξης πιθανών αλλεργιογόνων.

- Στον πίνακα 2 απαριθμείται η κατηγορία των προσθέτων, ονομάτων που αντιστοιχούν στις λειτουργίες τους (παράγοντας όξυνσης, γαλακτωματοποιητής κλπ.), τα οποία πρέπει να χρησιμοποιούνται πριν από την ένδειξη συγκεκριμένης ονομασίας ή αριθμούς κωδικών ΕΚ (για παράδειγμα: συντηρητικό, βενζοϊκό νάτριο ή συντηρητικό E211). Τα πρόσθετα τροφίμων πρέπει να είναι ουσίες που επιτρέπονται υπό συγκεκριμένες συνθήκες χρήσης (όπως περιγράφονται λεπτομερώς στις ειδικές οδηγίες, οι οποίες αναθεωρούνται συχνά για να ληφθούν υπόψη οι τεχνολογικές εξελίξεις και γνώση στην τοξικολογία).

- Στον πίνακα 3 δίδεται ο χαρακτηρισμός των αρτυμάτων (με κανόνες για τον όρο "φυσικό").

Η οδηγία 2000/13/EK πρόσφατα τροποποιήθηκε όσον αφορά την καταγραφή των συστατικών που πρέπει να ληφθούν υπόψη, όπως τα αλλεργιογόνα των τροφίμων. Τέλος, πρέπει να καταγράφεται οποιοδήποτε συστατικό χρησιμοποιείται στην παραγωγή και εξακολουθεί να υπάρχει στα τελικά τρόφιμα, έστω και σε αλλοιωμένη μορφή, και συμπεριλαμβάνεται στο παράρτημα για τα αλλεργιογόνα. Το ίδιο ισχύει και για τα αλκοολούχα (και μη αλκοολούχα) ποτά. Ο κατάλογος αλλεργιογόνων τροφίμων ενημερώνεται τακτικά, όπου απαιτείται, ενώ σήμερα περιλαμβάνει: τα ψάρια, τα αυγά, το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα (συμπεριλαμβανομένης της λακτόζης), δημητριακά που περιέχουν γλουτένη (δηλ. σιτάρι, σίκαλη, κριθάρι, βρώμη κ.λπ.), φιστίκια, σόγια, καρύδια, σέλινο, μουστάρδα, σουσάμι, μερικά φρούτα και τα προϊόντα παραγόμενα από αυτά τα τρόφιμα (Πίνακας 4). Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι δεν δίνεται κανένα όριο στην τιμή. Στον κατάλογο περιλαμβάνεται επίσης το SO₂ ή θειώδη άλατα σε περιεκτικότητα πάνω από 10 mg/kg. Επίσης όταν υπάρχει κίνδυνος περιστασιακής διασταυρούμενης μόλυνσης των τροφίμων με πολύ μικρές ποσότητες αλλεργιογόνων τροφίμων, τότε αυτά πρέπει να αναγράφονται στην ετικέτα.

Πίνακας 1 (Οι κατηγορίες των συστατικών που πρέπει να αναγράφονται στη συσκευασία των τροφίμων)

Ορισμός	Ένδειξη
Έλαια εξευγενισμένα εκτός από ελαιόλαδο	"Έλαιο" , συμπληρωμένη: -είτε με τον προσδιορισμό "φυτικό" ή "ζωικό" , κατά περίπτωση -είτε με την ένδειξη της ειδικής ζωικής προέλευσης. Η ένδειξη υδρογονωμένου ελαίου πρέπει να συνοδεύεται από τον προσδιορισμό "υδρογονωμένο" .
Λίπη εξευγενισμένα	"Λίπος" ή "λιπαρή ουσία" , συμπληρωμένη: -είτε με τον προσδιορισμό "φυτικό" ή "ζωικό" , κατά περίπτωση -είτε με την ένδειξη της ειδικής ζωικής ή φυτικής προέλευσης. Η ένδειξη υδρογονωμένου λίπους πρέπει να συνοδεύεται από τον προσδιορισμό "υδρογονωμένο"
Μείγματα αλεύρων από δύο ή περισσότερα είδη δημητριακών	"Άλευρο" ακολουθημένη από απαρίθμηση των ειδών δημητριακών, από τα οποία προέρχεται κατά φθίνουσα τάξη περιεκτικότητας κατά βάρος.
Άμυλο κάθε είδους, φυσικό και τροποποιημένο με φυσική μέθοδο ή με ένζυμα	"Άμυλο"
Όλα τα είδη ψαριού, εφόσον το ψάρι αποτελεί συστατικό άλλου τροφίμου και με την επιφύλαξη ότι η ονομασία και η παρουσίαση του εν λόγω τροφίμου δεν αναφέρονται σε συγκεκριμένο είδος ψαριού	"Ψάρι(α)"
Όλα τα είδη τυριού, εφόσον το τυρί ή το μείγμα τυριών αποτελεί συστατικό άλλου τροφίμου και με την επιφύλαξη ότι η ονομασία και η παρουσίαση του εν λόγω	"Τυρί(ά)"

τροφίμου δεν αναφέρονται σε συγκεκριμένο είδος τυριού	
Όλα τα είδη αρτομάτων εφόσον δεν υπερβαίνουν το 2% του βάρους του τροφίμου	"Αρτόματα" ή "Μείγμα αρτομάτων"
Όλα τα αρωματικά φυτά ή μέρη τους, εφόσον δεν υπερβαίνουν το 2% του βάρους του τροφίμου	"Αρωματικό(ά) φυτό(ά)" ή "μείγμα(τα) αρωματικών φυτών"
Όλα τα παρασκευάσματα κόμμεων που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή κόμμεως βάσεως για τσίγλες	"Κόμμι βάσεως"
Τριμμένη φρυγανιά οποιασδήποτε προελεύσεως	"Τριμμένη φρυγανιά"
Όλες οι κατηγορίες σακχαρόζης	"Ζάχαρη"
Άνυδρη δεξτρόζη ή μονοϋδρίτης δεξτρόζης	"Δεξτρόζη"
Σιρόπι γλυκόζης και σιρόπι γλυκόζης αφυδατωμένο	"Σιρόπι γλυκόζης"
Όλες οι πρωτεΐνες του γάλακτος (καζεΐνες, καζεϊνικές ενώσεις και πρωτεΐνες του τυρογάλακτος και του αφρού γάλακτος) καθώς και τα μείγματά τους	"Πρωτεΐνες γάλακτος"
Βούτυρο κακάου πίεσεως, εξευγενισμένο	"Βούτυρο κακάο"
Όλοι οι τύποι κρασιού, όπως ορίζονται στον κανονισμό (ΕΚ)αριθ. 1493/1999 του Συμβουλίου, της 17ηςΜαΐου 1999, για την οργάνωση της αμπελοοινικής αγοράς	"Κρασί"

<p>Οι σκελετικοί μύες των θηλαστικών ζώων και των πτηνών, που αναγνωρίζονται ως κατάλληλοι για κατανάλωση από τον άνθρωπο, μαζί με τους φυσικά έγκλειστους ή συνδετικούς ιστούς, για τους οποίους η συνολική περιεκτικότητα σε λιπαρές ουσίες ή σε συνδετικό ιστό δεν υπερβαίνει τις παρακάτω αναφερόμενες τιμές και όταν το κρέας αποτελεί συστατικό άλλου τροφίμου. Εξαιρούνται από τον ορισμό αυτό τα προϊόντα που καλύπτονται από τον κοινοτικό ορισμό των "μηχανικώς διαχωριζόμενων κρεάτων". Ανώτατα όρια περιεκτικότητας σε λιπαρές ουσίες και σε συνδετικό ιστό για τα συστατικά που χαρακτηρίζονται με τον όρο "κρέας (κρέατα)" και περιλαμβάνονται από: Ζώα θηλαστικά (εκτός των χοριοειδή και των κουνελιών) μείγμα από είδη ζώων, τα οποία περιέχουν κρέας και είναι κατ' εξοχή θηλαστικά ζώα [25% λιπαρές ύλες & 25% συνδετικό ιστό]. Χοριοειδή ζώα [30% λιπαρές ύλες & 25% συνδετικό ιστό]. Κουνέλια & Πτηνά [15% λιπαρές ύλες & 10% συνδετικό ιστό]. Εάν υπερβαίνονται τα ανώτατα αυτά όρια σε λιπαρές ουσίες ή/και συνδετικό ιστό και πληρούνται όλα τα άλλα κριτήρια για τον ορισμό του όρου "κρέας (κρέατα) από" ή περιεκτικότητα σε "κρέας (κρέατα) από" πρέπει να προσαρμοστεί μειούμενη ανάλογα και στον κατάλογο συστατικών</p>	<p>"Κρέας (κρέατα) από" και η ονομασία ή οι ονομασίες του ζώου (των ζώων) από το οποίο (τα οποία) προέρχεται</p>
---	---

<p>πρέπει να περιλαμβάνεται, εκτός από τον όρο "κρέας (κρέατα) από" η ένδειξη σχετικά με την παρουσία λιπαρών ουσιών ή/και συνδετικού ιστού.</p>	
--	--

Πίνακας 2 (Αναφορά πρόσθετων ουσιών)

<i>Όνομα Κατηγορίας</i>	<i>Ιδιαίτερο Όνομα</i>
<i>Χρωστικό</i>	<i>"Τροποποιημένο άμυλο"</i>
<i>Συντηρητικό</i>	<i>"Γλυκαντικό"</i>
<i>Αντιοξειδωτικό</i>	<i>"Διογκωτικό ζύμης"</i>
<i>Γαλακτωματοποιητής</i>	<i>"Αντί -αφριστικό"</i>
<i>Πυκνωτικό μέσο</i>	<i>"Υλικό επικάλυψης"</i>
<i>Πηκτωματοποιητής</i>	<i>"Άλατα τήξεως"</i>
<i>Σταθεροποιητής</i>	<i>"Βελτιωτικό αλεύρων"</i>

Ενισχυτικό γεύσης	"Σκληρυντικό"
Μέσο οξίνισης	"Υγροσκοπικό μέσο"
Διορθωτικό οξύτητας	"Διογκωτικό"

Πίνακας 3 (Αναγραφή των αρωματικών υλών στη συσκευασία των τροφίμων (Κυρανάς, 2016))

<p>1. Οι αρωματικές ύλες αναφέρονται με τον όρο "αρωματική (-ές) ύλη (-ες)" ή με ειδικότερη ονομασία ή περιγραφή της αρωματικής ύλης.</p> <p>2. Ο όρος "φυσική" ή κάθε άλλη έκφραση με την ίδια ουσιαστικά σημασία μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο για τις αρωματικές ύλες, των οποίων το αρωματικό συστατικό περιέχει αποκλειστικά ουσίες, όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 1 παράγραφος 2 στοιχείο β) σημείο i) της οδηγίας 88/388/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 22ας Ιουνίου 1988, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών, στον τομέα των αρτυμάτων προορίζονται να χρησιμοποιηθούν στα τρόφιμα και των βασικών υλικών από τα οποία παρασκευάζονται ή/και αρωματικά παρασκευάσματα, όπως αυτά ορίζονται στο άρθρο 1 παράγραφος 2 στοιχείο γ) της εν λόγω οδηγίας.</p> <p>3. Σε περίπτωση που η ονομασία της αρωματικής ύλης περιέχει αναφορά στη φύση ή στη φυτική ή ζωική προέλευση των ουσιών που χρησιμοποιήθηκαν, ο όρος "φυσική" ή οποιαδήποτε άλλη έκφραση με την ίδια ουσιαστικά σημασία, μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνον εφόσον το αρωματικό συστατικό έχει απομονωθεί, με κατάλληλες φυσικές μεθόδους ή με παραδοσιακές μεθόδους ή με ενζυματικές ή μικροβιολογικές μεθόδους ή με παραδοσιακές μεθόδους παρασκευής τροφίμων, αποκλειστικά και μόνον, ή σχεδόν αποκλειστικά, από το αντίστοιχο τρόφιμο ή την αντίστοιχη πηγή αρωματικών υλών.</p>

Πίνακας 4 (Αναγραφή αλλεργιογόνων συστατικών)

<ul style="list-style-type: none"> • Σιτηρά που περιέχουν γλουτένη (δηλαδή σιτάρι, σίκαλη, κριθάρι, βρώμη, σίτος από σπέλτα, σιτηρό kamut ή οι υβριδικές τους ποικιλίες) και προϊόντα με βάση τα σιτηρά αυτά. • Καρκινοειδή και προϊόντα με βάση τα καρκινοειδή. • Αυγά και προϊόντα με βάση τα αυγά. • Ψάρια και προϊόντα με βάση τα ψάρια. • Αραχίδες και προϊόντα με βάση τις αραχίδες. • Σόγια και προϊόντα με βάση τη σόγια. • Γάλα και προϊόντα με βάση το γάλα (συμπεριλαμβανομένης της λακτόζης). • Καρποί με κέλυφος, δηλαδή αμύγδαλα (<i>Amygdalus communis</i> L.), φουντούκια (<i>Corylus avellana</i>), καρύδια (<i>Juglans regia</i>), καρύδια ανακαρδιωδών (<i>Anacardium occidentale</i>), καρύδια πεκάν [<i>Carya illinoensis</i> (Wangenh) K. Koch], καρύδια Βραζιλίας (<i>Bertholletia excelsa</i>), φυστίκια (<i>Pistacia vera</i>), καρποί μακαδάμιας και καρύδια Κουίνσλαντ (<i>Macadamia ternifolia</i>) και προϊόντα με βάση τα ανωτέρω. • Σέλινο και προϊόντα με βάση το σέλινο. • Μουστάρδα και προϊόντα με βάση τη μουστάρδα. • Σπόροι σησαμιού και προϊόντα με βάση τους σπόρους σησαμιού. • Διοξειδίο του θείου και θειώδεις ενώσεις σε συγκεντρώσεις άνω των 10mg/kg ή 10mg/l εκφρασμένο ως SO₂. • Λούπινα και προϊόντα τους.
<ul style="list-style-type: none"> • Σαλιγκάρια και προϊόντα τους.

iii. Κατηγορίες συστατικών ή ποσοτική ένδειξη συστατικών

Η ποσότητα πρέπει να αναφέρεται ως ποσοστό (σε σχέση με το χρόνο χρήσης). Στη συνέχεια πρέπει να γράφεται η νόμιμη ονομασία του τροφίμου ή το όνομα του συστατικού του στον κατάλογο με τα συστατικά. Αυτός είναι ένας κανόνας που ισχύει για όλα τα συστατικά που εμφανίζονται με το νόμιμο όνομα ή συσχετίζονται συνήθως με τρόφιμα που τονίζονται στην ετικέτα ή στην εικόνα ή με γραφικά ή όπου είναι απαραίτητα, για να χαρακτηριστεί ένα φαγητό ή να συγκριθεί με παρόμοια τρόφιμα. Εξαιρέσεις υπάρχουν, στα συστατικά που χρησιμοποιούνται σε μικρές ποσότητες για την αρωματοποίηση, σε μερικά μείγματα φρούτων, λαχανικών, βότανα και μπαχαρικά και σε συστατικά που κρίνονται ότι δεν επηρεάζουν τον καταναλωτή όσον αφορά τις ποσότητες τους. Υπάρχουν κατευθυντήριες γραμμές (III / 5260-rev5/98 της 21ης Δεκεμβρίου του 1998 σχετικά με την πύλη Eur-Lex) για την εφαρμογή της αρχής της δήλωσης ποσοτικών συστατικών.

iv. Η καθαρή ποσότητα τροφίμων

Για τα προσυσκευασμένα τρόφιμα είναι απαραίτητη μόνο αυτή η πληροφορία, η οποία θα πρέπει να εκφράζεται σε μονάδες μάζας ή σε μονάδες όγκου για υγρά τρόφιμα. Όταν είναι απαραίτητη η ένδειξη ενός συγκεκριμένου τύπου ποσότητας (ονομαστική, μέση, ελάχιστη), η ποσότητα αυτή πρέπει να αντιστοιχεί στην καθαρή ποσότητα. Η καθαρή ποσότητα ακολουθείται συχνά από το σύμβολο "e". Αυτό δείχνει ότι ο παρασκευαστής έχει πραγματοποιήσει έναν στατιστικό έλεγχο, σύμφωνα με μια εγκεκριμένη από την ΕΕ μέθοδο, με την εγγύηση ότι το καθαρό βάρος δεν είναι χαμηλότερο από τη δηλωμένη τιμή. Όταν το προσυσκευασμένο τρόφιμο περιέχει δύο ή περισσότερες δηλωμένες «υποσυσκευασίες», η καθαρή ποσότητα πρέπει να αναγράφεται στη συσκευασία μαζί με το συνολικό αριθμό πακέτων (εκτός αν αυτό φαίνεται ξεκάθαρα). Για τρόφιμα που πωλούνται συνήθως με αριθμό, αντί της καθαρής ποσότητας πρέπει να αναγράφεται ο συνολικός αριθμός. Για τα στερεά τρόφιμα που πωλούνται σε υγρά μέσα (όπως ορίζονται) πρέπει να αναφέρεται επίσης το καθαρό βάρος.

v. Ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας

Η ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας δίδεται ως η ημερομηνία στην οποία όταν το τρόφιμο φυλάσσεται σωστά, διατηρεί τις ιδιότητές του. Πρέπει να αναφερθούν με

τις λέξεις «Κατανάλωση πριν από...» ακολουθούμενες από την ημερομηνία (ή αναφορά στην ημερομηνία επισήμανσης). Ανάλογα με το πόσο καιρό το φαγητό μπορεί διατηρηθεί, η ημερομηνία μπορεί να εκφράζεται με την ημέρα και το μήνα, μήνα και έτος ή μόνο το έτος. Τρόφιμα και ποτά που απαλλάσσονται από την αναγραφή της σήμανσης της ημερομηνίας ζ είναι τα τρόφιμα που είναι εξαιρετικά ευαλλοίωτα μικροβιολογικά και επομένως ενδέχεται να είναι επικίνδυνα για την υγεία μετά από σύντομο χρονικό διάστημα. Αυτά πρέπει να αναφέρουν τις λέξεις "Χρήση πριν από ..." ακολουθούμενη από την ημερομηνία (ημέρα και μήνα) ή αναφορά στην οποία αναφέρεται η ημερομηνία επισήμανσης, ενώ οποιαδήποτε διανομή μετά την ημερομηνία αυτή απαγορεύεται.

Η χρήση σύμφωνα με την ημερομηνία λήξης πρέπει να ακολουθείται από περιγραφή των συνθηκών αποθήκευσης που πρέπει να τηρούνται. Η ένδειξη της ημερομηνίας ελάχιστης διατηρησιμότητας μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αναγνώριση των τροφίμων που πωλούνται με τη μορφή παρτίδας (Οδηγία 89/396/ΕΟΚ της 14ης Ιουνίου 1989). Για να είναι αναγνωρίσιμη μια παρτίδα όπου ένα τρόφιμο ανήκει μετά την παραγωγή πρέπει να γίνεται με κωδικό ο οποίος αναγράφεται στην ετικέτα του κάθε τροφίμου προκειμένου να εξασφαλιστεί η ελεύθερη κυκλοφορία του, να ενημερώνει τον καταναλωτή και να εξασφαλίζει την ανιχνευσιμότητα. Με τον όρο "παρτίδα" εννοούμε μια μονάδα με την οποία πωλείται ένα προϊόν που παράγεται ή συσκευάζεται κάτω από τις ίδιες συνθήκες. Η παρτίδα καθορίζεται από τον παραγωγό ή συσκευαστή του προϊόντος ή του πρώτου πωλητή εντός της ΕΕ. Οι καταναλωτές εκφράζουν συχνά την επιθυμία να αναγράφεται στην ετικέτα η ημερομηνία ανθεκτικότητας μετά το άνοιγμα της συσκευασίας του τροφίμου, μαζί με τις συνιστώμενες συνθήκες αποθήκευσης.

vi. Συνθήκες αποθήκευσης

Είναι εκείνες οι ειδικές συνθήκες οι οποίες είναι απαραίτητες για την ασφαλή συντήρηση του τροφίμου πριν την κατανάλωση.

vii. Όνομα παρασκευαστή

Είναι το όνομα της επιχείρησης και η έδρα του παρασκευαστή ή του συσκευαστή, ή ενός πωλητή εγκατεστημένου στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Πρέπει να αναγράφεται η ακριβής αναγνώριση όσον αφορά την εγγύηση και την ευθύνη.

viii. Τόπος προέλευσης

Είναι τα στοιχεία του τόπου καταγωγής ή προέλευσης και πρέπει να αναγράφονται, επειδή η απουσία τους μπορεί να παραπλανήσει τον καταναλωτή ως προς την πραγματική προέλευση του τροφίμου. Ο τόπος προέλευσης δεν είναι μια πολύ αυστηρή απαίτηση και δεν υπάρχει σαφής συμφωνία σχετικά με τα αντίστοιχα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ένδειξης της προέλευσης των τροφίμων, εκτός από την περίπτωση των εθελοντικών «προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης» (ΠΟΠ).

ix. Οδηγίες χρήσης

Αυτές είναι απαραίτητες όταν είναι αδύνατη η σωστή χρήση του τροφίμου, χωρίς αυτές τις οδηγίες.

x. Αλκοολικός τίτλος

Πρέπει να αναγράφεται ο αλκοολικός τίτλος κατ' όγκο, παρόλο που δεν περιλαμβάνεται στην οδηγία 2000/13/EK, αφού η απαίτηση για ενδείξεις τιμών εφαρμόζεται καθαρά σε όλα τα τρόφιμα.

Υπάρχουν τρόφιμα τα οποία εξαιρούνται από την υποχρεωτική αναγραφή της διατροφικής επισήμανσης. Και αυτά είναι τα ακόλουθα:

-Μη επεξεργασμένα προϊόντα που περιέχουν ένα μόνο συστατικό ή κατηγορία συστατικών.

-Μεταποιημένα προϊόντα στα οποία έχει υποβληθεί μόνο επεξεργασία ωρίμανσης και περιέχουν μια κατηγορία συστατικών ή μόνο ένα συστατικό.

-Τα νερά που προορίζονται για κατανάλωση από τον άνθρωπο, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων όπου το μόνο πρόσθετο συστατικό είναι το διοξείδιο του άνθρακα και/ή αρώματα.

-Τα βότανα, τα μπαχαρικά ή τα μείγματα αυτών.

-Το αλάτι και τα υποκατάστατα αλάτων.

-Επιτραπέζια γλυκαντικά.

-Τα προϊόντα που καλύπτονται από την οδηγία 1999/4/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, σχετικά με τα εκχυλίσματα του καφέ και κιχώριου, οι ολόκληροι ή οι αλεσμένοι κόκκοι καφέ και οι ολόκληροι ή οι αλεσμένοι χωρίς καφεΐνη κόκκοι καφέ.

-Τα βότανα και τα φρούτα, το τσάι, το τσάι χωρίς καφεΐνη, το στιγμιαίο ή το διαλυτό τσάι ή το εκχύλισμα χωρίς καφεΐνη ή το εκχύλισμα τσαγιού, στα οποία δεν περιέχονται

πρόσθετα συστατικά όπως αρωματικές ύλες, που δεν τροποποιούν την θρεπτική αξία του τσαγιού

-Ξηρά κηπευτικά και υποκατάστατα ξιδιού, συμπεριλαμβανομένων εκείνων όπου το μόνο πρόσθετο συστατικό είναι τα αρτύματα.

-Αρώματα.

-Πρόσθετα τροφίμων.

-Βοηθητικά μέσα επεξεργασίας.

-Ένζυμα τροφίμων.

-Ζελατίνη.

-Συνθέσεις μαρμελάδας.

-Μαγιά.

-Τσίχλες.

-Τα τρόφιμα σε συσκευασίες ή περιέκτες των οποίων η μεγαλύτερη επιφάνεια έχει εμβαδόν λιγότερο από 25 cm^2 .

-Τα τρόφιμα, τα οποία συμπεριλαμβάνουν τα χειροποίητα είδη διατροφής, που παρέχονται σε μικρές ποσότητες απευθείας από τον παρασκευαστή στον τελικό καταναλωτή ή στα τοπικά καταστήματα λιανικής πώλησης ή σε εγκαταστάσεις που τροφοδοτούν άμεσα τον τελικό καταναλωτή.

3.2 Οι νέες ετικέτες στα τρόφιμα

Από τον Νοέμβριο του 2011 τέθηκαν σε ισχύ για τη διατροφική επισήμανση οι νέοι κανόνες βασισμένοι στην ισχύουσα νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης αρ. 1169/2011. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έδωσε περιθώριο χρόνου στις επιχειρήσεις και οι κανόνες άρχισαν να εφαρμόζονται την περίοδο 2014 έως το 2016. Με τις νέες απαιτήσεις που καθιερώνονται στον άνω Κανονισμό κύριο στόχο έχουν την καλύτερη πληροφόρηση των καταναλωτών για τα τρόφιμα που καταναλώνουν, μέσα από την παροχή ακριβέστερων και λεπτομερέστερων πληροφοριών σχετικά με το περιεχόμενο των τροφίμων. Έτσι τους βοηθάει να επιλέγουν τα τρόφιμα που καταναλώνουν, ενήμεροι για τα περιεχόμενά τους και να αποφεύγουν την πιθανή παραπλάνηση τους.

Οι νέες ετικέτες στα τρόφιμα περιλαμβάνουν τα εξής:

_ Αναφορά σε πρόσθετα σάκχαρα ξεχωριστά

Στις νέες ετικέτες των τροφίμων γίνεται ξεχωριστή αναγραφή των πρόσθετων σακχάρων από τους συνολικούς υδατάνθρακες του τροφίμου. Έτσι, ο καταναλωτής μπορεί να ελέγξει την ποσότητα των φυσικών σακχάρων του τροφίμου καθώς και πόσα σάκχαρα έχουν προστεθεί τεχνητά στο συγκεκριμένο τρόφιμο. Με αυτόν τον τρόπο ο καταναλωτής μπορεί να αξιολογήσει κατά πόσο επεξεργασμένο ή μη είναι ένα τρόφιμο.

- Ανανέωση μεγέθους μερίδας

Οι πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος της μερίδας άλλαξαν έτσι ώστε να συμβαδίζουν με το μέγεθος της μερίδας που καταναλώνεται στην σημερινή εποχή.

Στην Αμερική βάσει του νόμου, το μέγεθος της μερίδας που αναγράφεται στις ετικέτες των τροφίμων θα πρέπει να συμβαδίζει με το μέγεθος της μερίδας που καταναλώνεται στην πραγματικότητα και όχι αυτό που θα "έπρεπε" ο κόσμος να καταναλώνει. Ακόμη, οι θερμίδες και η συνολική διατροφική αξία του τροφίμου δεν αναφέρονται ανά 100 g προϊόντος αλλά αναφέρονται ανά μερίδα ή και ανά συσκευασία του τροφίμου.

- Αναφορά σε μικροθρεπτικά συστατικά

Ανάμεσα σε πολλές πληροφορίες που περιέχουν οι νέες ετικέτες είναι και αυτές σχετικά με την περιεκτικότητα των τροφίμων σε κάλιο και βιταμίνη D. Ενώ η αναγραφή των βιταμινών A και C, δεν είναι πλέον απαραίτητη, αλλά μπορεί να αναγράφεται σε περίπτωση που οι βιομηχανίες τροφίμων το επιθυμούν. Ένας λόγος που γίνεται η αναφορά σε κάλιο και βιταμίνη D, είναι επειδή ο αμερικάνικος πληθυσμός εμφανίζει έλλειψη σε αυτά τα θρεπτικά συστατικά, με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζει αυξημένο κίνδυνο χρόνιων νοσημάτων που σχετίζονται με αυτά, όπως υπέρταση και οστεοπόρωση.

- Περιγραφή των θερμίδων του λίπους

Στην περιγραφή των θερμίδων του λίπους, εμφανίζονται οι θερμίδες που αποδίδουν τα συνολικά λιπαρά αλλά παραμένουν οι περιγραφές για το «Ολικό λίπος», το «Κορεσμένο λίπος» και τα «Τρανς λιπαρά» στις νέες ετικέτες των τροφίμων.

- Έμφαση στις σημαντικές πληροφορίες

Ο σχεδιασμός στις νέες ετικέτες τροφίμων, έγινε με τέτοιο τρόπο ώστε να δίνεται μεγαλύτερη προσοχή σε συγκεκριμένες πληροφορίες, όπως οι θερμίδες, το μέγεθος των

μερίδων και τα ποσοστά ημερήσιας πρόσληψης, οι οποίες θεωρούνται πιο σημαντικές στην πρόληψη διαφόρων νοσημάτων (Διεύθυνση Τροφίμων & Φαρμάκων των Η.Π.Α. (FDA, 2019).

3.3 Ο ρόλος της Γραφιστικής στις ετικέτες

Στις μέρες μας η τέχνη της Γραφιστικής συνδέεται άμεσα με την αγορά, την κοινωνία, την οικονομία, την εκπαίδευση, τον πολιτισμό κ.ά. Αποτελεί το μέσο επικοινωνίας ανάμεσα στις εταιρείες βιομηχανικών προϊόντων και αντικειμένων καθημερινής χρήσης και στους καταναλωτές. Για την προώθηση, προστασία, εύκολη και ασφαλή μεταφορά, αναγνώριση και καθιέρωση στην αγορά ενός προϊόντος ζωτική σημασία έχει η συσκευασία και η ετικέτα του.

Η συσκευασία είναι ο «καθρέφτης» του προϊόντος και αποτελεί το αντικείμενο εργασίας ενός γραφίστα. Αυτός διαμορφώνει το ύφος, τις αισθητικές προτάσεις και τους κανόνες, δηλαδή αναλαμβάνει τη δημιουργική διεργασία μιας γραφιστικής σχεδίασης που επηρεάζει την αγορά, το περιβάλλον και τελικά τον καταναλωτή. Οι ετικέτες αλλά και γενικά η συσκευασία αποτελούν τα ισχυρά εργαλεία του μάρκετινγκ. Από έρευνες έχει αποδειχθεί ότι ο σχεδιασμός μιας συσκευασίας επηρεάζει σε υπερθετικό βαθμό τον καταναλωτή για το αν θα προχωρήσει στην αγορά του προϊόντος μαζί με την σχέση ποιότητας και τιμής (Mueller Loose S., Szolnoki G., 2012). Άλλες μελέτες έδειξαν ότι το χρώμα, η εικόνα, η ετικέτα, ο σχεδιασμός της, επηρέασαν τη φυσιογνωμία ενός προϊόντος αλλά και προσέλκυσαν περισσότερους αγοραστές. Το συμπέρασμα που βγάζουμε από τα παραπάνω είναι ότι η αισθητική μιας συσκευασίας είναι ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής της από τους καταναλωτές.

Ένα προϊόν αναδεικνύεται καλύτερα με τα σωστά γραφικά στοιχεία π.χ. το λογότυπο, τα τυπογραφικά στοιχεία, τα χρώματα, τα υλικά που χρησιμοποιεί ο γραφίστας κ.ά. διαμορφώνοντας έτσι το design του προϊόντος. Ο γραφίστας πρέπει να είναι γνώστης των σύγχρονων αισθητικών τάσεων, ώστε να δημιουργήσει όσο το δυνατόν ένα πιο θελκτικό προϊόν στους καταναλωτές, να τους κεντρίσει το ενδιαφέρον- ίσως και την περιέργεια - για να πάνε να το αγοράσουν. Πρέπει όμως να γνωρίζει καλά και τη νομοθεσία μα και τα υλικά, ώστε να επιλέγει αυτά που εναρμονίζονται με τις σύγχρονες περιβαλλοντικές ανάγκες. Οφείλει να είναι ευαίσθητοποιημένος ως προς τα

περιβαλλοντικά προβλήματα και σε συνδυασμό με την αντίληψη των προτιμήσεων των καταναλωτών να σχεδιάζει πια με τρόπους περισσότερο φιλικούς προς το περιβάλλον, έχοντας πρώτα κατανοήσει τα τυχόν ελαττώματα στον μέχρι τώρα σχεδιασμό των προηγούμενων συσκευασιών.

Γενικά ένας γραφίστας, λόγω της φύσης της εργασίας του χρησιμοποιεί πολλά υλικά (χαρτί, πλαστικό, μελάνια, κόλλες κ.ά) που για να παραχθούν καταναλώνονται πολλοί φυσικοί πόροι και ενέργεια (ξύλο, νερό, πετρέλαιο κ.ά) κι έτσι επηρεάζεται το περιβάλλον με αύξηση του λεγόμενου περιβαλλοντικού αποτυπώματος (απόβλητα, καυσαέρια, εξάντληση φυσικών πόρων), ιδιαίτερα όταν πρόκειται για μεγάλες παραγωγές και απαιτείται κατανάλωση υλικών σε ικανές ποσότητες. Η εφαρμογή της γραφιστικής πρέπει να γίνεται υπεύθυνα και με τέτοιο τρόπο ώστε να μην μπαίνει η βιωσιμότητα σε δεύτερη μοίρα σε σχέση με τον σχεδιασμό. Οι Chick A. και Micklethwaite P. (2011) γράφουν στο βιβλίο 'Design for Sustainable Change' 'Η βιωσιμότητα δεν πρέπει να είναι απλώς μία προσθήκη στον σχεδιασμό που κάνουμε, πρέπει να είναι αναπόσπαστο μέρος αυτού του σχεδιασμού και να ορίζει το σχέδιο με βάση τους στόχους και τις φιλοδοξίες του. Αντί να σκεφτόμαστε πως θα ενσωματωθεί η βιωσιμότητα στην σχεδίαση, πρέπει να σκεφτόμαστε πως θα ενσωματωθεί η σχεδίαση στη βιωσιμότητα. Η βιωσιμότητα πρέπει να καθορίζει την κοσμοθεωρία μας και όλα όσα σχεδιάζουμε θα πρέπει να συμβάλλουν στην παροχή αυτής της βιώσιμης κοσμοθεωρίας.'

3.4 Τα Χρώματα στις ετικέτες

Τα χρώματα είναι αυτά που προσελκύουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών όταν θα έρθει σε πρώτη «επαφή» με το προϊόν μιας εταιρίας. Είναι ίσως το άλφα και το ωμέγα σε μια ετικέτα και ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που κάνουν ένα προϊόν να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα. Είναι πολύ πιθανό κάποιος καταναλωτής να προβεί στην αγορά ενός προϊόντος απλά και μόνο επειδή τον προσέλκυσε το χρώμα και το γενικό design της ετικέτας, ωστόσο η επιλογή των κατάλληλων χρωμάτων δεν είναι απλή διαδικασία. Πρέπει να γίνεται με μεγάλη προσοχή και φυσικά να βρίσκεται σε αρμονία με την γενικότερη εικόνα που παρουσιάζει ένα brand και τα προϊόντα του. Πρέπει να αποφεύγονται οι μεγάλες αντιθέσεις και να επιλέγονται αρμονικοί συνδυασμοί. Σημαντικό επίσης είναι να υπάρχει μια συνέπεια στα χρώματα που χρησιμοποιήσει η

κάθε εταιρία, βοηθώντας έτσι τους καταναλωτές να δημιουργούν συνδέσεις όπως για παράδειγμα τα McDonald και η Coca Cola με το χαρακτηριστικό τους κόκκινο, η Fanta με το έντονο πορτοκαλί, οι σοκολάτες Milka με το βαθύ μωβ, η Heineken με το εμβληματικό πράσινο και πολλά άλλα.

Κεφάλαιο 4 - Σχεδιασμός ετικέτας

4.1 Εύρεση ονόματος εταιρείας μαρμελάδας

Για να βρούμε όνομα για την εταιρία μας σκεφτήκαμε να κοιτάξουμε προς τα πίσω και από που παράγεται η σύγχρονη λέξη μαρμελάδα. Αρχικά, προκύπτει από το πορτογαλικό marmelo το οποίο σημαίνει κυδώνι και στην συνέχεια εξελίχθηκε σε marmelada. Το marmelo με την σειρά του, προέρχεται από το λατινικό melimelum δηλαδή το γλυκό μήλο ή αλλιώς το γνωστό κυδώνι όπου στα ελληνικά ονομάζεται μελίμηλον.

Διάφορες γραμματοσειρές:

MARMELO Candara

MARMELO CastellaR

MARMELO Felix Titling

MARMELO Lucida Calligraphy

MARMELO Goudy Old Style

MARMELO Verdana

4.2 Χρώματα λογότυπου

Για την μακέτα μας και το λογότυπο της εταιρίας έχουμε χρησιμοποιήσει τα παρακάτω χρώματα:



Εικόνα 73 (Τα χρώματα που χρησιμοποιήσαμε στα προσχέδια μας)

Η επιλογή αυτών έγινε διότι είναι όλα φωτεινά και "χαρούμενα" χρώματα. Σκοπός μας ήταν να θυμίζουν τα χρώματα των φρούτων και να παραπέμπουν σε ένα φυσικό προϊόν. Παράλληλα να τραβούν την προσοχή του καταναλωτή και να μπορούν να εντυπωθούν στο μυαλό τους, ώστε να υπάρχει σύνδεση της εταιρίας με τα συγκεκριμένα χρώματα.

4.3 Τελική γραμματοσειρά

Η τελική γραμματοσειρά που χρησιμοποιήσαμε στο λογότυπο είναι: Eras Bold ITC



Εικόνα 74 (Το λογότυπο μας)

Ψάχναμε για μια γραμματοσειρά η οποία θα ήταν ευανάγνωστη αλλά και παράλληλα όχι αυστηρή. Για να υπάρχει μια συσχέτιση με το προϊόν δηλαδή την μαρμελάδα, θέλαμε οι γραμμές να είναι πιο στρογγυλές και να δίνουν την αίσθηση του ρευστού.

4.4 Επιλογή Χαρτιού

Το χαρτί που χρησιμοποιήσαμε είναι EXTRACOAT (242) FSC/62D/S23

Καθώς είναι ένα προϊόν το οποίο δεν θα υποστεί σκληρές συνθήκες αποθήκευσης όπως για παράδειγμα κατάψυξη ή υψηλές θερμοκρασίες, μπορεί να χρησιμοποιηθεί το παραπάνω απλό χαρτί χωρίς να καταστραφεί σε μικρό χρονικό διάστημα.

Επιπλέον θα χρησιμοποιηθεί και Hotfoil (χρυσοτυπία)

Μια πολύ όμορφη οπτικά λύση θα ήταν να υπάρχουν και διάφορα κοπτικά (βλ. προσχέδια). Η τελική μας λύση αποφασίσαμε να είναι στην πιο απλή μορφή μιας ετικέτας ώστε να μειώσουμε το κόστος παραγωγής και άρα το συνολικό κόστος και για τον πελάτη.



Εικόνα 75 (Μερικά προσχέδια για το λογότυπο)

4.5 Έρευνα από ετικέτες αγοράς



Εικόνα 76 (Έρευνα με ετικέτες της αγοράς)

4.6 Έρευνα στα χρώματα και στις πληροφορίες που αναγράφονται σε ετικέτες της αγοράς



Εικόνα 77 (χρωματική έρευνα σε ετικέτες εμπορίων)

4.7 Προσχέδια για τις ετικέτες μας





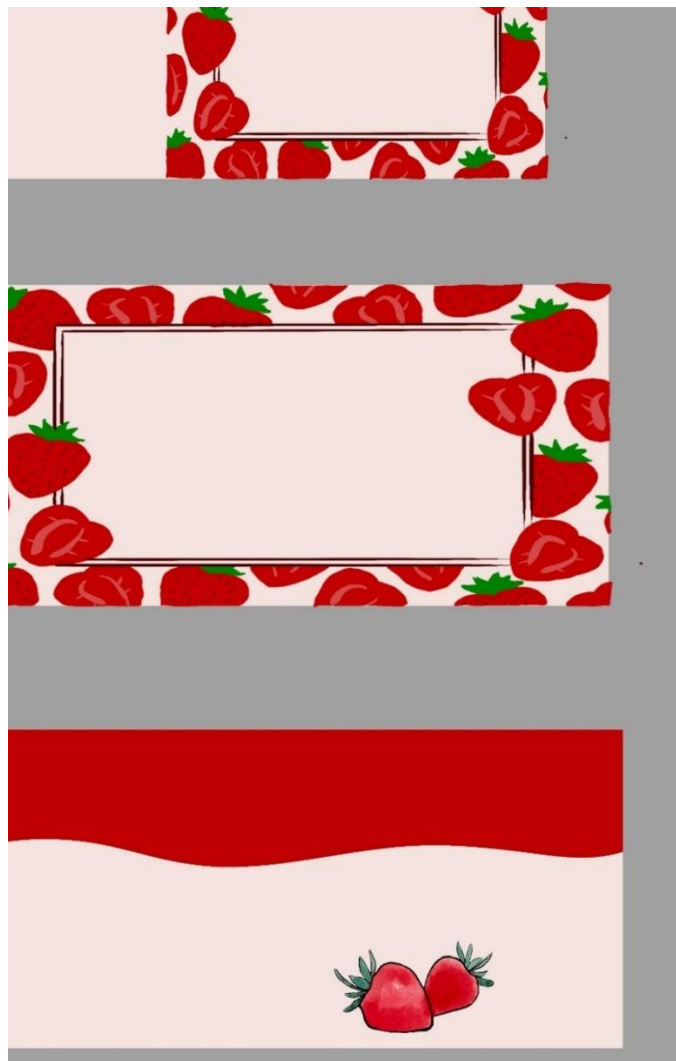
Διατροφικές πληροφορίες ανά 100g	
Ενέργεια	1320kJ / 315kcal
Λιπαρά	2,1g
από τους οποίους κορεσμένα λιπαρά	0g
Πρωτεΐνες	0,9g
από τους οποίους σιτοπρωτεΐνες	0g
Σάκχαρα	1,2g
Αλάτι	0,01g
Αλβανία	0g

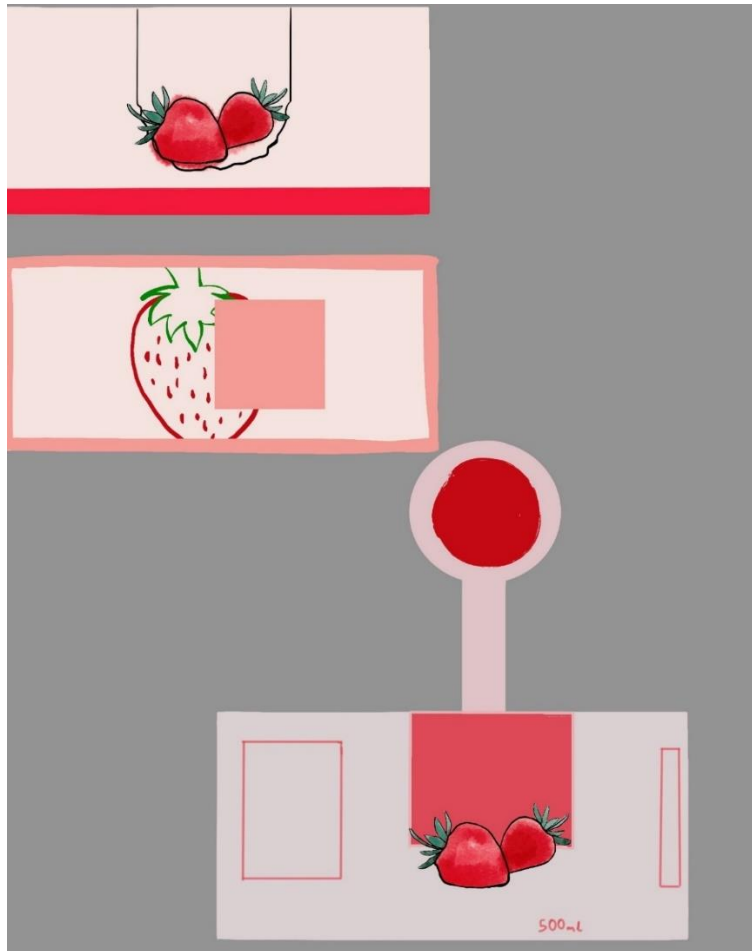
ΠΡΟΣΟΧΗ: Η παροχή ενέργειας και θρεπτικών συστατικών μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τον τρόπο παρασκευής και την κατάσταση των συστατικών. Η παροχή ενέργειας και θρεπτικών συστατικών μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τον τρόπο παρασκευής και την κατάσταση των συστατικών.

Συστατικά: φρούτα, σιρόπι, σλιερίνη, ζάχαρη, αλάτι, αρωματιστές, σταθεροποιητές.



123456789





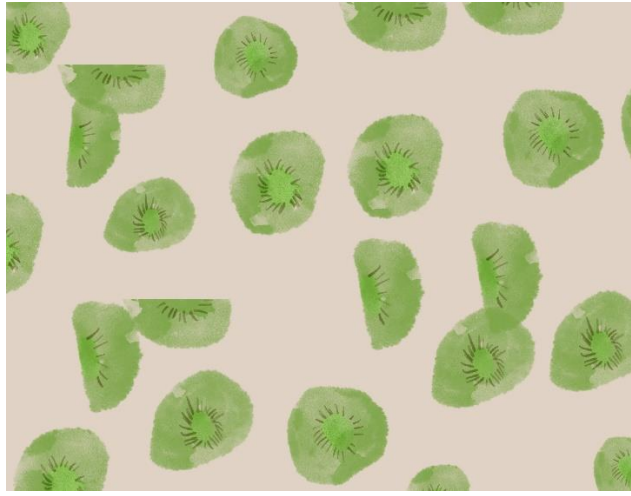
Ιχρυσωρία



Ιχρυσωρία

Εικόνα 78 (προσχέδια των ετικετών μας)

4.8 Σχέδια για το background των ετικετών μας



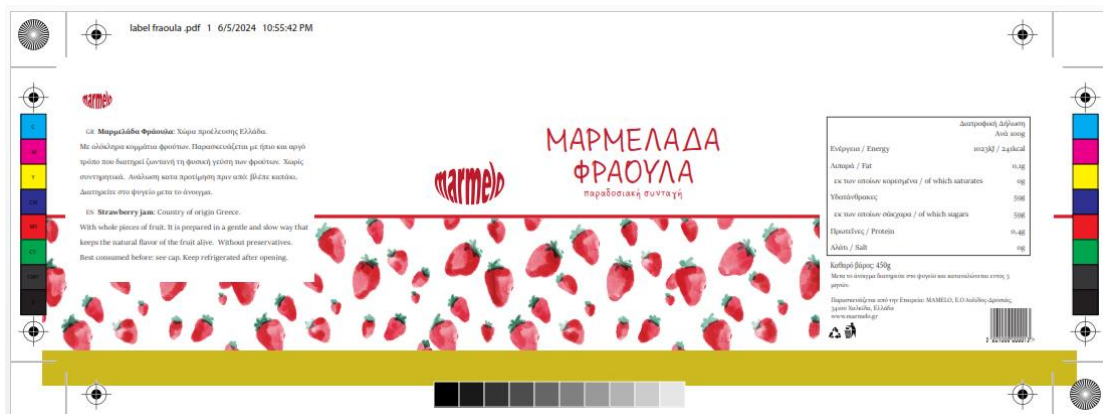
Εικόνα 79 (τα background των ετικετών μας)

4.9 MOCKUP



Εικόνα 80 (mockup)

4.10 Τελικές ετικέτες για εκτύπωση



label kiwi .pdf 1 6/5/2024 11:10:14 PM

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Με ολόκληρα κομμάτια φρούτων. Παρασκευάζεται με ήπιον και αργό τρόπο που διατηρεί ζωντανή τη φυσική γεύση των φρούτων. Χωρίς συντηρητικά. Ανάλογη κατά προτίμηση προς αλάτι. Βλέπε καπάκι. Διατηρείται στο φridge μετά το άνοιγμα.

EN: Kiwi Jam. Country of origin Greece.
With whole pieces of fruit. It is prepared in a gentle and slow way that keeps the natural flavor of the fruit alive. Without preservatives. Best consumed before: see cap. Keep refrigerated after opening.

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ ΑΚΤΙΝΙΔΟ
παράδοσιακη συνταγή

Διατροφική Διάταξη Από 100g	
Ενέργεια / Energy	1023kJ / 241kcal
Λιπαρά / Fat	0,4g
εκ των οποίων κορεσμένα / of which saturates	0g
Υδατάνθρακες	59g
εκ των οποίων σάκχαρα / of which sugars	59g
Πρωτεΐνες / Protein	0,4g
Αλάτι / Salt	0g

Καθαρό βάρους: 450g
Μετά το άνοιγμα διατηρείται στο φridge και καταναλώνεται εντός 3 μηνών.

Παρασκευάζεται από την Εταιρεία: ΜΑΡΜΕΛΑ, Ε.Ο. Αιθιώλης, Δρομίου, 3 μνησ. Ιωάννης, Ελλάδα
www.marmelad.gr

label lemon .pdf 1 6/18/2024 10:22:23 PM

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Με ολόκληρα κομμάτια φρούτων. Παρασκευάζεται με ήπιον και αργό τρόπο που διατηρεί ζωντανή τη φυσική γεύση των φρούτων. Χωρίς συντηρητικά. Ανάλογη κατά προτίμηση προς αλάτι. Βλέπε καπάκι. Διατηρείται στο φridge μετά το άνοιγμα.

EN: Lemon Jam. Country of origin Greece.
With whole pieces of fruit. It is prepared in a gentle and slow way that keeps the natural flavor of the fruit alive. Without preservatives. Best consumed before: see cap. Keep refrigerated after opening.

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ ΛΕΜΟΝΙ
παράδοσιακη συνταγή

Διατροφική Διάταξη Από 100g	
Ενέργεια / Energy	1023kJ / 241kcal
Λιπαρά / Fat	0,4g
εκ των οποίων κορεσμένα / of which saturates	0g
Υδατάνθρακες	59g
εκ των οποίων σάκχαρα / of which sugars	59g
Πρωτεΐνες / Protein	0,4g
Αλάτι / Salt	0g

Καθαρό βάρους: 450g
Μετά το άνοιγμα διατηρείται στο φridge και καταναλώνεται εντός 3 μηνών.

Παρασκευάζεται από την Εταιρεία: ΜΑΡΜΕΛΑ, Ε.Ο. Αιθιώλης, Δρομίου, 3 μνησ. Ιωάννης, Ελλάδα
www.marmelad.gr

label orange .pdf 1 6/5/2024 11:15:03 PM

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Με ολόκληρα κομμάτια φρούτων. Παρασκευάζεται με ήπιον και αργό τρόπο που διατηρεί ζωντανή τη φυσική γεύση των φρούτων. Χωρίς συντηρητικά. Ανάλογη κατά προτίμηση προς αλάτι. Βλέπε καπάκι. Διατηρείται στο φridge μετά το άνοιγμα.

EN: Orange Jam. Country of origin Greece.
With whole pieces of fruit. It is prepared in a gentle and slow way that keeps the natural flavor of the fruit alive. Without preservatives. Best consumed before: see cap. Keep refrigerated after opening.

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ
παράδοσιακη συνταγή

Διατροφική Διάταξη Από 100g	
Ενέργεια / Energy	1023kJ / 241kcal
Λιπαρά / Fat	0,4g
εκ των οποίων κορεσμένα / of which saturates	0g
Υδατάνθρακες	59g
εκ των οποίων σάκχαρα / of which sugars	59g
Πρωτεΐνες / Protein	0,4g
Αλάτι / Salt	0g

Καθαρό βάρους: 450g
Μετά το άνοιγμα διατηρείται στο φridge και καταναλώνεται εντός 3 μηνών.

Παρασκευάζεται από την Εταιρεία: ΜΑΡΜΕΛΑ, Ε.Ο. Αιθιώλης, Δρομίου, 3 μνησ. Ιωάννης, Ελλάδα
www.marmelad.gr

label syka .pdf 1 6/18/2024 10:09:56 PM

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Με ολόκληρα κομμάτια φρούτων. Παρασκευάζεται με ήπιον και αργό τρόπο που διατηρεί ζωντανή τη φυσική γεύση των φρούτων. Χωρίς συντηρητικά. Ανάλογη κατά προτίμηση προς αλάτι. Βλέπε καπάκι. Διατηρείται στο φridge μετά το άνοιγμα.

EN: Fig Jam. Country of origin Greece.
With whole pieces of fruit. It is prepared in a gentle and slow way that keeps the natural flavor of the fruit alive. Without preservatives. Best consumed before: see cap. Keep refrigerated after opening.

ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ ΣΥΚΟ
παράδοσιακη συνταγή

Διατροφική Διάταξη Από 100g	
Ενέργεια / Energy	1023kJ / 241kcal
Λιπαρά / Fat	0,4g
εκ των οποίων κορεσμένα / of which saturates	0g
Υδατάνθρακες	59g
εκ των οποίων σάκχαρα / of which sugars	59g
Πρωτεΐνες / Protein	0,4g
Αλάτι / Salt	0g

Καθαρό βάρους: 450g
Μετά το άνοιγμα διατηρείται στο φridge και καταναλώνεται εντός 3 μηνών.

Παρασκευάζεται από την Εταιρεία: ΜΑΡΜΕΛΑ, Ε.Ο. Αιθιώλης, Δρομίου, 3 μνησ. Ιωάννης, Ελλάδα
www.marmelad.gr

Εικόνα 81 (τελικές ετικέτες για εκτύπωση)



Εικόνα 82 (ετικέτες επικολλημένες στα βάζα)



Εικόνα 83 (ετικέτες τοποθετημένες στα βάζα)

Συνοπτικά, επιλέξαμε να εκτυπώσουμε με ψηφιακή εκτύπωση τις ετικέτες μας σε τετραχρωμία (CMYK), σε μηχανή *Digicon*. Στο κάτω μέρος βάλαμε χρυσοτυπία την οποία περάσαμε σε άλλη μηχανή με την βοήθεια κλισέ. Στο τέλος περάσαμε βερνίκι gloss ώστε να προστατεύεται η τελική ετικέτα.

Συμπεράσματα

Σκοπός της πτυχιακής μας εργασίας ήταν, να ερευνήσουμε τον κλάδο της ετικέτας. Μάθαμε για τα διάφορα είδη που υπάρχουν στην αγορά αλλά και ποια ετικέτα είναι κατάλληλη για κάθε περίπτωση ώστε να διαφημιστεί σωστά το προϊόν αλλά και να ενημερωθεί κατάλληλα ο καταναλωτής.

Επίσης μάθαμε την διαδικασία παραγωγής μια ετικέτας από την αρχή μέχρι το τέλος. Σχεδιάσαμε τις δικές μας και παρακολουθήσαμε την διαδικασία εκτύπωσής τους, αποκτώντας έτσι μία σφαιρική γνώση γύρω από τις ετικέτες.

Συμπερασματικά, ο κλάδος της ετικέτας συνεχίζει και θα συνεχίσει να εξελίσσεται, καθοδηγούμενος από τις τεχνολογικές προόδους, τις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών και την επίκαιρη ανάγκη για βιωσιμότητα.

Στην πτυχιακή εργασία μας, επίσης καταγράψαμε μερικές αναδυόμενες τάσεις στην βιομηχανία των ετικετών τις οποίες θα δούμε να υλοποιούνται μέσα στο 2024 και 2025.

- Έξυπνες ετικέτες: Η ενσωμάτωση τεχνολογιών στις έξυπνες ετικέτες όχι μόνο θα ενισχύει την προβολή των εταιριών, αλλά επίσης θα δημιουργήσει νέες δυνατότητες για τη συμμετοχή των καταναλωτών σε διάφορες καμπάνιες αλλά και στην ιχνηλασιμότητα των προϊόντων.
- Βιωσιμότητα: Οι καταναλωτές δίνοντας όλο και μεγαλύτερη προτεραιότητα σε φιλικά προς το περιβάλλον υλικά και διαδικασίες παραγωγής, τροφοδοτούν με την αυξανόμενη ευαισθητοποίησή τους, τα περιβαλλοντικά ζητήματα και τη ζήτηση για ανακυκλώσιμες συσκευασίες.
- Εξατομίκευση: Η βιομηχανία ετικετών θα γίνει μάρτυρας της αυξημένης χρήσης της εκτύπωσης μεταβλητών δεδομένων, η οποία αποσκοπεί στην πιο ουσιαστική και αυθεντική επικοινωνία της εταιρείας με τον καταναλωτή.
- Ιχνηλασιμότητα: Τέλος, θα αυξηθεί η χρήση τεχνολογιών οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν για την ενίσχυση της διαφάνειας και της ανιχνευσιμότητας, διασφαλίζοντας ότι οι ετικέτες και τα υλικά συσκευασίας μπορούν να εντοπιστούν από την παραγωγή έως τη διανομή. Έτσι θα μειωθεί κατά πολύ ο κίνδυνος παραχάραξης, ο οποίος είναι από τα πλέον σημαντικά προβλήματα, και θα απλοποιηθεί η όλη διαδικασία, ελαχιστοποιώντας τα λάθη και

εξοικονομώντας χρόνο και χρήματα στις εταιρίες και τους ίδιους τους καταναλωτές.

Βιβλιογραφία

Etiquette (2014). A history of labels [online].

Fairley, M., & White, T. (2014). The History of Labels: The evolution of the label industry in

Europe. UK: Tarsus Exhibitions & Publishing Ltd.

Great Lakes Label (2016). A Brief History of Labels (Infographic) [online].

Label Solutions (2019). A Brief History of Label Printing [online].

Yam, K.L. (2009). Encyclopedia of Packaging Technology. New York: John Wiley & Sons

Fairley, M. (2014). Encyclopedia of Label Technology (2nd Edition). UK: Tarsus Publishing.

Fairley, M., & White, T. (2014). The History of Labels: The evolution of the label industry in Europe. UK: Tarsus Exhibitions & Publishing Ltd.

Hutchings, I.M., & Martin, G.D. (2012). Inkjet Technology for Digital Fabrication. Cambridge: Wiley-Verlag.

Li, J., Rossignol, F., & Macdonald, G. (2015). Inkjet printing for biosensor fabrication: Combining chemistry and technology for advanced manufacturing. Lab on a Chip, 15(12),2538-2558.

Kapferer, J.N., Διοίκηση μάρκας σύγχρονες στρατηγικές, Rosili, Αθήνα.(2002)

Clive Nancarrow, Len Tiu Wright, Ian Brace, Gaining competitive advantage from packaging and labelling in marketing communications,Αγγλία (1998),

B.J. RamseyB.J. RamseyDavid HarrisonDavid HarrisonDarren SoutheeDarren Southee, Characterisation of the lithographic printing of conducting films,(2007),

Jules Lejeune, European label industry continues dynamic track record in 2017, (2018),

Κουκούτσης Χρήστος, Πτυχιακή εργασία Δημιουργία Leaflet ετικέτας με την χρήση της Ψηφιακής και Φλεξογραφικής μεθόδου, Αθηνά (2020-2021)

Avery Dennison Label and Packaging Materials Innovations Guide Europe 2022 Sustainable Labeling Solutions

Luis Mendoza, Connections Associate Director, Starcom Mediavest Group, US Coca-Cola Persuading teens to ‘Share a Coke’, 2015,

BULGARIAN CHEMICAL COMMUNICATIONS, 2017 Volume 49 / Special Issue L,

Chick A., Micklethwaite P. 2011. ‘Design for Sustainable Change.How Design and Designers

Can Drive the Sustainability Agenda’. Bloomsbury Publishing.

Fine C.P., 2016. ‘Sustainable Graphic Design: Principles and Practices’. Bloomsbury Publishing.

Ιστοσελίδες

<https://www.etiquette.co.uk/blog/a-history-of-labels/>

<https://greatlakeslabel.com/history-labels-infographic/>

<https://easylabeling.com/a-brief-history-of-label-printing/>

<https://www.snap.com.au/blog/product-label-trends-throughout-the-years>

<https://greatlakeslabel.com/history-labels-infographic/>

<https://www.etiquette.co.uk/blog/a-history-of-labels/>

<https://www.efet.gr/index.php/el/consumers/episimansi>

<https://eur-lex.europa.eu/search.html?lang=en&text=%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%B1&qid=1708885143401&type=quick&scope=EURLEX&locale=el>

<https://www.forlabels.gr/markets/promotion/variable-data>

<https://www.forlabels.gr/markets/krasi-pota/thermosyrriknoumeni-etiketa-shrink-sleeve>

<http://gr.sqshrinklabel.com/shrink-sleeve-labels/petg-shrink-sleeves/shrink-sleeves-labels-for-beverage-bottles.html>

<https://ecommerce-platforms.com/el/glossary/what-is-a-private-label>

<https://www.tsamtsakiri.gr/private-label>

<https://www.elset.gr/o-syndesmos/i-dynami-tis-etiketas>

<https://www.novatron.gr/el/autokollites-etiketes-blog>

<https://www.linkedin.com/pulse/what-die-cutting-cut-means-process-michael-yang/>

<https://www.linkedin.com/pulse/clear-labels-deep-dive-different-types-label-lindsey-hand-mba/>

<https://www.bluelabelpackaging.com/blog/see-through-strategies-considerations-for-clear-and-transparent-product-labels/>

<https://www.4over4.com/content-hub/stories/exclusive-label-printing-a-brief-history-of-labels>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00070709810204101/full/html>

<https://designous.gr/project/logotipo-etiketes-meliou/>

<https://digidot.gr/portfolio-item/etiketa-marmelades-episkopi/>

<https://iframe.gr/packaging/philomelia/>

<https://www.ideogram.gr/%CF%83%CF%87%CE%B5%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%84%CE%B1%CF%82/>

<https://raindesign.gr/projects/marmelita/>

<https://www.ideogram.gr/portfolio/etiketes-trofimon-syskeuasia>

<https://www.flexo-graphics.com/>

<https://www.labelsandlabeling.com/features/interactive-technology/labeling-successful-logistics>

<https://www.investopedia.com/terms/l/logistics.asp>

<https://www.oppaca.com/en/blog/tips-and-tricks/transparent-labels>

<https://coastlabel.com/variable-data-labels-what-are-they-and-when-do-you-need-them/>

<https://www.bluelabelpackaging.com/blog/die-cut-mean/>

<https://www.lightninglabels.com/blog/die-cut-mean-basics-label-die-cutting/>

<https://www.apsfulfillment.com/warehousing-solutions/what-is-the-importance-of-labeling-in-the-warehouse/>

<https://sbedirect.com/en/blog/article/how-do-i-print-a-roll-of-labels.html>

https://www.researchgate.net/publication/49401931_Characterisation_of_the_lithographic_printing_of_conducting_films

<https://www.finat.com/blogs/european-label-industry-continues-dynamic-track-record-in-2017>

https://www.mrs.org.uk/pdf/US_COCA_COLA_-_FINAL_TWO.pdf

<https://coastlabel.com/variable-data-labels-what-are-they-and-when-do-you-need-them/>

https://www.diagramma.com.gr/Services/variable_data.aspx

<https://www.linkedin.com/pulse/what-variable-data-printing-mail-and-print-a-division-of-print/>

<https://opentextbc.ca/graphicdesign/chapter/6-7-variable-data-printing/>

<https://www.enkoproducts.com/articles/how-to-measure-the-correct-label-size-for-your-products/>

<https://www.printrunner.com/blog/how-to-choose-the-perfect-shape-for-your-label/>

<https://www.labelpower.com.au/blog/how-are-labels-created>

<https://tcsdigitalsolutions.com/the-different-types-of-product-packaging-labels/>

https://go2products.co.uk/collections/address-labels?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw-mvBhDwARIsAA-Q0Q4t-IBc6x_GZKvUPG6WzyGmM3RF-fkpD6jsu7a4-WSeTyp1Wpt-5bsaAlyoEALw_wcB

<https://go2products.co.uk/blogs/news/the-4-types-of-product-labelling-benefits-for-each>

<https://mgoofashion.com/the-complete-guide-to-different-custom-hang-tags-for-clothing/>

https://rottaprint.com/en/products/non-adhesive-labels/?utm_source=google&utm_medium=organic

<https://dgs.com.tr/en/non-adhesive-label-what-is-it-for/>

<https://www.altrif.com/labels/non-adhesive-labels>

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/80963036/BCC-49-L-2017-libre.pdf?1645101398=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DBulgaria_Members_from_abroad.pdf&Expires=1712910910&Signature=N9nMCoQ4Q2H1T6Mp1hOjQTF0HhS-7LX8YuMZYyMilXCHiVTUF00welmm-B~eTm8JB2Z1ng0ttN2nOzbI3GH2h44Ujbl-AC3wYaeDGJ1oRnbv4KR1kBKpXT3zlwHRtpiMaNcWkn3JjqdPLKpPTILxyLHsWaANAUPadjU-oXxVOBj-

[3Q4BEniXVrrlnQMmaycFo1OLNbx1~jk4L0~H69uUsIfEuppY940Sdr1IFjoWe75H
Zu3ZDiyFuAEVyxFFh1EUq-
PC99eQxKZuXfi~UCdWcb8tc6FV49gX7FJhcj3paBYPqd7cmjiPiFlxT~y~c2vHfWtu
U2Iy9-vbCLtfB08cQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=193](https://www.bloomsbury.com/uk/design-for-sustainable-change-9782940439775/)

[https://www.bloomsbury.com/uk/design-for-sustainable-change-9782940439775/
https://books.google.gr/books?id= z7qDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fine,+
Peter+Cl#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?id=z7qDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Fine,+Peter+Cl#v=onepage&q&f=false)

[https://www.etiketa.gr/el/products/details/BLOG/4-pragmata-poy-tha-kanoyntin-
etiketa-sas-na-ksexorizei](https://www.etiketa.gr/el/products/details/BLOG/4-pragmata-poy-tha-kanoyntin-etiketa-sas-na-ksexorizei)

[https://www.allpackhellas.gr/afieromata/quot-etiketes-me-istoria-quot-n-kampas-
aeve/](https://www.allpackhellas.gr/afieromata/quot-etiketes-me-istoria-quot-n-kampas-aeve/)

[https://www.kathimerini.gr/economy/local/1037965/i-idiotiki-etiketa-irthe-gia-na-
meinei/](https://www.kathimerini.gr/economy/local/1037965/i-idiotiki-etiketa-irthe-gia-na-meinei/)