

## DIVERSITATEA EFECTELOR OBTINUTE PRIN IMPLICAREA PROCESELOR DE FINISARE A ETICHETELOR PENTRU VINURILE DIN REPUBLICA MOLDOVA

Ion EFROS<sup>1\*</sup>,  
Ana-Lucia SECRIERU<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Textile și Poligrafie,  
Departamentul Design și Tehnologii în Textile și Poligrafie, grupa DTP-171, or. Chișinău, Republica Moldova

\*Autorul corespondent: Efros, Ion, frosyon@gmail.com

**Rezumat:** *Lucrarea data presupune identificarea și analiza multitudinii de efecte obținute prin intermediul tehnologiilor de finisare a etichetelor pentru vinurile autohtone. Astfel, au fost selectate brandurile producătoare de vinuri ca: Cricova, Imperial Vin, Castel Mimi, Purcari, Radacini, Asconi, Bostavan, Fautor, Gitana, etichetele producției cărora au fost studiate prin prisma efectelor obținute, implicând o varietate largă de metode de finisare tipografică. Aici referind-se la lăcuire, ștanțare, embosare, imprimare cu folie, ș.a.*

**Cuvinte cheie:** *etichetă, efecte optice, lăcuire, ștanțare, embosare, imprimare cu folie.*

### Introducere

Industria vitivinicolă reprezintă una dintre principalele ramuri ale economiei țării. Etichetele de vinuri sunt o importantă sursă de informații pentru consumatori, deoarece acestea oferă elemente grafice și textuale referitoare la tipul, originea și calitatea vinului (figura 1). Eticheta poate avea un impact vizual foarte puternic asupra consumatorului și îl poate influența în alegerea unui anumit tip de vin, fiind unul dintre criteriile cu cea mai mare pondere în acest sens. În ultimul timp, producătorii de vinuri au acordat o importanță din ce în ce mai mare design-ului etichetelor, investind sume foarte mari pentru schimbarea acestora de la o recolta la alta [1]. În acest context, sunt utilizate diferite tehnologii de finisare a etichetelor precum: embosarea, lăcuirea selectivă, imprimarea cu folii metalizate și holografice, aplicarea de elemente adiționale, ștanțarea.

Tehnologiile de finisare ale etichetelor diferă în funcție de efectul dorit. Pentru obținerea efectului de suprafață lucioasă se implică tehnologiile de lăcuire selectivă, laminare sau calandrare. Efectul de suprafață mată este obținut prin aplicarea lacului mat sau prin laminarea cu folie mată. Efectul de suprafață metalizată se creează prin imprimarea cu folie, aplicarea lacurilor cu efect metalic, utilizarea cernelurilor metalizate.

Efectul de imagine reliefată se obține prin embosare, timbru sec, aplicarea unui strat de lac de grosime mai mare, flocking. Efectele optice speciale pot fi obținute prin aplicarea cernelurilor fluorescente. Efectele hibrid presupun combinarea a două sau mai multe efecte sus menționate, această modalitate utilizându-se des la etichetele pentru vinuri [3].



Figura 1. Elementele obligatorii ale etichetei pentru vin [2]

## 1. Prezentarea și analiza etichetelor de vin prin prisma efectelor obținute prin intermediul proceselor de finisare

Cel mai renumit producător de vinuri din Republica Moldova, vinăria *Cricova* utilizează tehnologii de finisare a etichetelor, proprii producției acesteia, precum: lăcuirea selectivă, embosarea, imprimarea cu folie. Tehnologii utilizate în scopul accentuării următoarelor elemente grafice ale etichetei: denumirea colecției de vin, soiul strugurilor, anul de producție. Lăcuirea selectivă creează o un efect optic lucios care direcționează privirea consumatorului către denumirea producătorului de vin și pune în valoare întreaga experiență senzorială a degustării (figura 2). Design-ul realizat pe suport de hârtie de culoare albă, crem sau roz contribuie la formarea asociațiilor, din partea cumpărătorului, a produsului cu vinurile premiu/super premium și aromele sofisticate. Elementele imprimate cu folie tipografică aurie – pentru a „crește” valoarea vinului și pentru a întări impresiile și senzațiile potențialului cumpărător.

*Gitana Winery* (figura 3) folosește suporturi de culoare albă, negru și crem concepute estetic cu culori contrastante. Sunt abordate atât forme ne standarde, cât și hârtie texturată. Un element decorativ, dar și de marketing, utilizat este semnătura oamenilor vestiți, acesta fiind accentuat cu ajutorul lăcuirii. Folia tipografică se utilizează pentru accentuarea soiului de struguri și a denumirii vinului. Embosarea susține grafica de pe etichetă lucru ce conferă o textură mai bogată și o prezență tactilă. Astfel se realizează o eventuală legătura psiho-senzorială dintre consumator și produs.

Etichetele specifice brandului *Château Purcari* (figura 4) se diferențiază funcție de colecție, unele conțin contrastul alb-negru, pe altele sunt reprezentate lucrări grafice complexe ce pun în lumină teme ca: hora, motive folclorice. În unele lucrări, ca element grafic simbolic, este utilizat elementul distinctiv copacul cu rădăcini sau inelele trunchiului în secțiune. Elemente speciale alese pentru asocierea lor cu denumirea brandului și cu imaginea peisajelor scăldate în soare. Numele vinului este acoperit cu lac transparent. Folia metalică evidențiază denumirea colecției de vin, dar și completează grafică de pe etichetă.



Figura 2. Etichete proprii brandului Cricova



Figura 3. Etichete proprii Gitana Winery



Figura 4. Etichete proprii brandului Purcari



Figura 5. Etichete proprii brandului Radacini

*Radacini Wines* (figura 5) optează, în prezentarea estetică, pentru contrastele de culori: negru-roșu și alb-roșu. Efectele optice fiind elaborate cu folie metalică care creează însuși elementul grafic al etichetei. Aceste contraste sunt întrebuițate pentru a reflecta caracterul vinului și corpul său bogat. De asemenea, se utilizează ștanțarea pentru a pune în joc și culoarea vinului ca parte a graficii.

*Vinăria Asconi* (figura 6) utilizează pe larg procesele de finisare a etichetelor. Folia tipografică și lăcuirea selectivă sunt utilizate pentru a pune în evidență denumirea seriei de vinuri, a elementelor grafice, anului de producție, soiul strugurilor. Pentru eticheta de icewine este utilizată în calitate de suport hârtia metalizată și embosarea ca modalitate de finisare.

*Vinăria Bostovan* (figura 7) utilizează folie metalică ca element de bază în readrea efectelor optice ale motivelor folclorice. Aici este foarte bine gândită atenția pe detaliu ce contribuie la creșterea percepției de scump și pentru a face sticla mai atrăgătoare

*Vinăria Fautor* (figura 8) utilizează embosarea pentru crearea unei texturi care seamănă cu o hartă a altitudinilor, ce direct susține denumirea vinului. De asemenea, se folosește ștanțarea pentru crearea unei forme artistice a etichetei. Folia metalică și lăcuirea se utilizează pentru accentuarea denumirii vinului și a descrierii acestuia.

*Imperial Vin* (figura 9) abordează eticheta neordinară, aplică pe ea mici figurine decorative (înger, amforă) realizate din lut netratat sau tratat. Acestea devin corp comun cu eticheta pentru ca obiectul să devină, și el, parte din savurarea propriuzisă a vinului. Lăcuirea se utilizează pentru înnobilarea textului, dar și cu scopul creării unui fundal texturat. Folia metalică aurie accentuează logotipul vinăriei, numele colecției și partida din care face parte vinul.

Etichetele proprii brandului *Castel MIMI* (figura 10) au în calitate de element central titlul vinăriei, înnobilat cu folie metalizată. În jurul titlului se armonizează celelalte elemente grafice. Astfel, folia aurită și folia holografică a unuia dintre elementele grafice, precum și textura catifelată a hârtiei influențează asupra percepției consumatorului la nivel „subliminal”. Imaginea simbol al castelului Mimi și accentele aurii contribuie la creșterea percepției de scump. Eticheta vinului pastoral este ștanțată în formă de turn, făcând trimitere la identitatea vinăriei.



Figura 6. Etichete proprii brandului Asconi

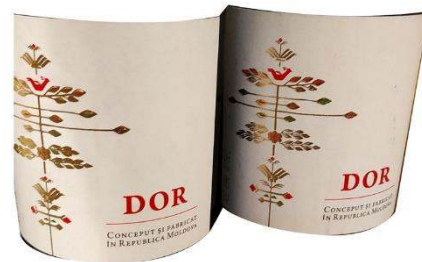


Figura 7. Etichete proprii brandului Bostovan



Figura 8. Etichete proprii brandului Fautor



Figura 9. Etichete proprii brandului Imperial Vin



Figura 10. Etichete proprii brandului Castel MIMI



Pentru seria de vinuri „Animaliens Set” (figura 11) – colecție de 6 tipuri de vin – întreaga suprafață a etichetei este cuprinsă de figurile stilizate ale animalelor și păsărilor.

Elementele grafice sunt asociate, fiecare cu tipul de vin care li se potrivește. Sunt pline de culoare, aproape „țipătoare”, dar orchestrate într-un mod inteligent. Etichetele au aspect metalizat care este perceput datorită suportului de hârtie.



**Figura 11. Seria de vinuri „Animaliens set”, brandul Castel MIMI**

### **Concluzii**

Procesele de finisare ale etichetelor pentru vinuri sunt pe larg utilizate astăzi de majoritatea producătorilor de vinuri. Cele mai des întâlnite efecte pe suprafața etichetelor de vinuri autohtone sunt: efectul lucios – obținut prin implicarea metodei de lăcuire selectivă și efectul metalizat - obținut prin implicarea metodei de imprimare cu folie tipografică. Pentru a obține forme mai neobișnuite ale etichetelor, se aplică procesul de ștanțare. Pentru a atrage atenția clienților și a oferi un aspect nobil, unii producători experimentează, căutând metode noi de finisare a etichetelor, precum brandul Imperial Vin care a recurs la aplicarea figurinelor din lut pe suprafața etichetei. Procesele de finisare sunt o etapă caracteristică pentru segmentul băuturilor alcoolice, aceasta spunându-ne că vinăriile fac investiții mari în design-ul etichetelor, cu scopul de a ieși în evidență față de alți producători naționali și internaționali.

**Conducător:** Lucia ADASCALIȚA, I.u.

### **Referințe**

1. CEAFALAU, V. *Eticheta – imaginea vinului*. [online], [accesat 25.02.2020]. Disponibil: <https://valentinceafalau.wine/2018/08/11/eticheta-imaginea-vinului/>
2. *Cum să citești eticheta vinului*. [online], [accesat 21.02.2020]. Disponibil: <https://continentalhotels.ro/blog/eticheta-vin>
3. БОБРОВ, В., СЕНАТОРОВ, Л. *Технология и оборудование отделочных процессов*. Учебное пособие. Москва: 2008. с. 8-15.