

**BUSINESS CONCEPT - Atelier pentru imprimări diverse**

**Descrierea afacerii:** imprimări personalizate pe tricouri, șepci, agende, calendare, pixuri, brichete, brelocuri, insigne, scrumiere, suporturi pentru pahare, mouse-pad-uri, căni personalizate. Acestea se pot vinde ca materiale promoționale în scop de publicitate pentru diferite firme (de obicei firme mici și mijlocii) sau pentru consumatori individuali ce doresc personalizarea cadourilor.

Metoda cea mai simplă și cea mai acceptabilă ofertă pentru debutul în acest domeniu este producția prin intermediul termotransferului, iar cel mai indicat material, din punct de vedere comercial, este cel textil. Cel mai important atu al termotransferului este acela că se pot imprima oricâte obiecte, de la unul la câteva sute, fără să modifice costurile de producție. Achiziționând o presă pentru suprafețe plane, necesară termotransferului pe suport textil, puteți trece ușor de la producția de tricouri personalizate la producția altor materiale personalizate cu suprafață plană cum sunt mouse-pad-urile, puzzle-urile sau brichetele.

**Tehnologia:** Metoda de personalizare cea mai la îndemână începătorilor și care nu necesită investiții foarte mari (minimum 3500 euro) și pe care o recomandăm este transferul termic sau **termotransferul**. Aceasta constă în scanarea și preluarea imaginii pe care dorim să o imprimăm de către un computer, tipărirea acestei imagini, cu ajutorul unei imprimante obișnuite, pe o folie specială și producerea obiectului finit, prin transferul imaginii de pe această folie pe substratul dorit, prin intermediul unei prese de transfer termic. Termotransferul este ideal pentru policromie, destul de greu de realizat prin celelalte metode. Se recomandă pentru serii mici (până la câteva sute de bucăți).

**Serigrafia**, cel mai des folosită, este o metodă destul de complicată pentru un începător. Spre deosebire de termotransfer, unde se lucrează doar cu un calculator, o imprimantă și un utilaj, trebuie studiate, achiziționate și utilizate mai multe componente de producție: plăci, rame, site serigrafice, cerneluri, substanțe speciale, raclete, etc. Aceasta presupune întinderea unui strat de vopsea pe diferite suporturi (textil, ceramic, metal, etc.) cu ajutorul unor site serigrafice. Sitele serigrafice se tratează cu substanțe fotosensibile care se impresionează fotografic după un anumit desen. Imaginea din calculator trebuie mai întâi transferată pe un film, după care este realizată sita. La finalizarea sitei, conturul desenului se realizează prin ochiurile libere lăsate de sită, restul suprafeței fiind obturat de substanța fotosensibilă întărită. La serigrafie se pot realiza lesne culori liniare. În cazul combinațiilor de culori, procedura este mai complicată, fiind folosite tehnici speciale de separație de culoare. Prin suprapunerea pe același obiect a mai multor desene în diferite culori se poate realiza o imagine policromă completă. Pentru fiecare culoare pe care dorim să o aplicăm trebuie făcută o sită specială (25 dolari bucata). Cu crește numărul de culori, crește costul fix al sitelor și, implicit, costul de producție al produsului finit. Se recomandă serii mari, minim 300 bucăți. Spre deosebire de termotransfer, un avantaj al serigrafiei constă în faptul că imprimarea se poate aplica atât materialelor cu suprafețe plane, cât și materialelor cu suprafețe neregulate (semicircular, trunchi de con, etc.), permițând imprimarea pe scrumiere, tăvi, etc.

**Tampografia** este cea mai scumpă metodă de personalizare (prețul unui tampograf este de minimum 6.000 euro și poate depăși 20.000 euro în cazul tampografelor care fac policromie) și se utilizează eficient în imprimarea seriilor foarte mari – peste 5000 bucăți. Tampografia presupune o mașină acționată electric și pneumatic care preia imaginea de pe un clișeu – o matriță – în care este gravat desenul pe care vrem să-l imprimăm. Imaginea realizată de o sită serigrafică pe o ștampilă este preluată de către un tampon deformabil din cauciuc siliconat. Tamponul se mulează pe suprafața piesei și prin apăsare transmite imaginea de pe suprafața sa pe obiectul dorit. Pentru imprimare se folosesc cerneluri speciale, cu uscare rapidă. Pe același obiect se pot face mai multe imprimări pentru obținerea unei imagini policrome. Marele avantaj al



tampografiei este acela că imprimarea se poate realiza pe orice tip de suport și pe orice formă de obiect. Un alt avantaj este viteza mare de imprimare față de celelalte metode de personalizare.

**Capital inițial:** 3.500 - 6.000 euro, (înființare firmă – 300 euro, presă de transfer termic – 1200-2200 euro, calculator 600 euro, imprimantă laser de calitate – 900 euro, scanner – 100 euro, program de grafică, consumabile și accesorii – 400 euro, materii prime – 300 euro, chirie spațiu)

**Situația pieței:** pentru întâlnirile de afaceri, lansarea de produse și servicii, premiile concursurilor de fidelitate sau pentru evenimentele pe care le organizează sau sponsorizează (spectacole, filme), firmele apelează tot mai des la astfel de forme de publicitate. Dincolo de faptul că transmit mesajul lor publicitar, materialele promoționale le ajută să ofere clienților și potențialilor clienți și un cadou practic, de folosință mai îndelungată. Dacă firmele mari au comenzi de mii de exemplare către producători industriali, comenzile firmelor mici și mijlocii, în serii de zeci sau sute de bucăți, sunt preluate de micii producători de materiale promoționale. Potențialul comenzilor de serii mici este uriaș (proporțional cu numărul firmelor mici și mijlocii), este o bună oportunitate ce se poate specula. Un alt argument este nevoia tot mai mare a consumatorilor individuali de personalizare a cadourilor pe care le fac celor dragi.

**Factori de succes:** cheia succesului acestei afaceri este promovarea și menținerea clienților. Pentru a vă asigura că afacerea dvs. va funcționa, trebuie să începeți din timp munca de promovare. Puteți plasa anunțuri pe portaluri de mică publicitate și puteți trimite e-mail-uri către agențiile de publicitate care au în oferta lor materiale promoționale sau chiar direct către companii. Folosiți promovarea prin intermediul poștei: trimiteți scrisori către cât mai multe companii.