

PVC필름이용 특수인쇄

실사출력후 차량광고 적용

축제의 달이나 다름없던 지난 2002년 6월은 월드컵이라는 스포츠제전을 통해 온 국민이 하나되고, 세계가 하나되는 감동적이고 가슴 벅찬 잊지 못할 한 달이었다.

동양에서는 처음으로 개최되는 월드컵인데도 기대 이하로 분위기를 못 올리고 있는 와중에 월드컵 분위기를 한층 고조시킨 숨은 공신이 있었으니, 그것이 바로 랩핑카(wrapping car)다.

대형 버스에 월드컵과 대한민국을 상징하는 태극기를 차체에 두르고 온 거리를 달리며 월드컵을 알리는데 노력한 랩핑카는 그 이전에도 간간히 회사 홍보용으로 사용돼 왔다. 그러나 월드컵을 앞두고 대대적으로 홍보활동에 나선 기업들은 월드컵의 상승무드와 함께 많은 광고효과를 보게 되었다.

이와 같은 랩핑카를 제작하는 것을 카랩핑(Car Wrapping)이라 하며, 카랩핑이란 자동차의 외관에 특수하게 제작된 PVC 필름을 붙여 차의 색을 변경하거나 이 필름 위에 여러 가지 그래픽이나 패턴을 인쇄하여 광고 또는 차의 외관을 꾸미는 방법이다. 여기에 주로 이용되는 인쇄 방법은 실사출력으로 프린터의 종류는 헤드타입에 따라 열전사 방식, 정전 방식, 열승화 방식, 에어 브러쉬 방식, 피에조 잉크젯, 서멀 잉크젯 등이 있으며, 잉크 종류에 따라 수성과 유성이 있다.

카랩핑의 주요 응용분야로는 자동차 외관 색 변경, 자동차 광고, 자동차 외관 꾸미기 등이 있다.





이 중에서 특히 상업적으로 이용되고 있는 차량광고는 광고의 홍수 속에서 살아가는 현대인들에게 있어 지상, 지하를 막론하고 어디서나 만날 수 있는 친근감 있는 광고매체이면서 동시에 무시할 수 없는 정보전달 매체로서의 기능을 발휘한다. 어느 광고매체 못지 않게 우리의 생활과 밀접하게 닿아 있는 차량광고는 광고매체로서의 특징점을 골고루 갖추고 있다고 볼 수 있다.

우선, 4대 매체광고의 보조적인 기능을 하면서 제품이나 기업에 대한 회상(Remind) 효과를 높여주는 장점을 들 수 있고, 노출빈도와 주목률이 높아서 장기간 같은 내용을 표출할 경우, 광고 내용에 대한 반복적 소구가 가능하다. 또한 광고매체 자체를 이미 광고주가 소유하고 있는 경우가 많아 매체구입비가 들지 않으므로 경제적인 광고집행이 가능하다는 것이다.

카래핑 전문회사 중의 하나인 (주)이노베이트(TEL:2268-6905)는 동아일보사, 스포츠서울 21, 단암그룹 등이 출자한 자동차 미디어랩 및 카래핑 전문기업이다. 2003년부터 본격적으로 개방되는 자동차 광고 시장의 1인자가 되기 위해 첨단 기술과 아이디어로 무장, 노력해 가고 있는 기업이다.

작업과정

원고 준비 : 컴퓨터에 입력할 수 있는 자료 선택, 인쇄 사이즈가 커질수록 고해상도의 원고를 준비해야 된다.

스캔 및 디지털 편집 : 스캐너와 컴퓨터를 이용해 원고의 컬러와 사이즈 등을 조정하며, 저장 Format은 TIF, EPS 등 저장 시 원본의 손실이 가장 적은 방법을 사용한다.

Rip : 포스트스크립트(Postscript) 또는 다른 언어로부터 정보를 전송 받아 출력기에 적합한 비트맵 이미지로 변환하여 전송하는 역할

프린팅 : 전송된 그래픽 파일은 프린터에서 전용 전사지나 이미지 페이퍼 등에 인쇄한다. 그리고 원하는 출력물이 프린터의 인쇄 폭 보다 클 경우 분할 출력을 한다.

라미네이팅(출력물에 보호 필름을 접착) : 보호 필름 부착으로 출력물의 내구성 증대(프린터의 종류에 따라 라미네이팅을 하지 않아도 일반적인 내구성이 보장되는 기종도 있다)

부착 · 마무리

〈윤재호부장〉