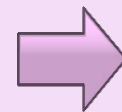


Мир

упаковки



Создание упаковки
любого товара
можно рассматривать
как искусство.

В доказательство
данного мнения
можно привести
множество упаковок
и множество упаковок
можно привести

множество упаковок
и множество упаковок
можно привести
множество упаковок
и множество упаковок
можно привести



Modo Northern Light





ВЫХОД



- ❖ Искусство упаковки-голову потеряешь
- ❖ Салон шоколада в Москве
- ❖ Инновации в тароупаковочном производстве в России
- ❖ Цифровая упаковка: будущее создается сегодня
- ❖ Пластиковая бутылка с Российским гражданством
- ❖ Традиции упаковки в Японии

[Узнать подробнее](#)



- ❖ О чем рассказала древнейшая тара
- ❖ История Российского футбола на упаковках и этикетках

[Узнать подробнее](#)



- ❖ Все дело в упаковке
- ❖ Бренд
- ❖ Дизайн
- ❖ Тренд
- ❖ Подарочная упаковка
- ❖ Эмоциональное и эстетическое воздействие упаковки на потребителя
- ❖ Это слишком красиво, чтобы выбросить



[Узнать подробнее](#)



[Узнать подробнее](#)

- ❖ Пищевая упаковка
- ❖ Производство жестяных банок в России в начале XX века
- ❖ Чай
- ❖ Пакет-пирамида
- ❖ Люксовый чай
- ❖ История о том, как «упаковывали» кофе
- ❖ Первый в России стартап по производству съедобных стаканов
- ❖ Как covid-19 изменил приоритеты пищевой упаковки



[Узнать подробнее](#)

- ❖ Упаковка для парфюмерии и косметики
- ❖ В парфюмерии важен не только аромат, большое значение имеет его «наряд»
- ❖ Эволюция парфюмерного флакона
- ❖ Духи славились не только своими ароматами
- ❖ Наша парфюмерия из советской эпохи «Красная Москва»
- ❖ Прогнозы и перспективы мира косметики и упаковки
- ❖ Упаковка зачастую воздействует на подсознание потребителя



- ❖ Упаковка под знаком «ЭКО»
- ❖ ЭКО
- ❖ Биоразлагаемые полимеры: взгляд профессионала



[Узнать подробнее](#)

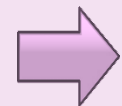
Искусство упаковки-голову потеряешь



ДЛЯ АКСЕССУАРОВ КОСТЮМА В XIX В.
РЕКЛАМНАЯ ГРАФИКА НА УПАКОВКЕ



В условиях жесткой конкуренции и перенасыщения рынка огромную роль в продвижении и позиционировании товаров текстильной и легкой промышленности играет рекламный графический дизайн упаковки. Сегодня востребованность товара в значительной степени обусловлена общей визуальной эстетикой, ее дизайнерским решением.



Салон шоколада в Москве

Главным событием стал традиционный модный показ шоколадных платьев, в котором приняли участие лучшие дизайнеры и прославленные российские и зарубежные мастера-шоколаты.

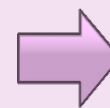
Шоколад может служить не только источником вдохновения, но и материалом для создания подлинных произведений искусства.

Салон Шоколада в Москве-это не просто выставка, а целый фестиваль, сопровождаемый уникальной программой мероприятий нон-стоп – от деловых конференций до развлекательных шоу и fashion показов.



Инновации в тароупаковочном производстве в России

Современная упаковка должна не только выполнять защитные функции и быть яркой, чтобы привлекать клиентов – она должна быть высокотехнологичной, чтобы сделать жизнь потребителя комфортнее и безопаснее. Производители упаковки находятся в непрерывном поиске новых форм, материалов и решений, используя не только дизайнерские достижения, но и последние технологические инновации.

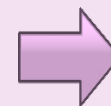


Цифровая упаковка: будущее создается сегодня

Развитие интернет-торговли способствует росту спроса на цифровую упаковку и со стороны крупных производителей товаров народного потребления.

«Цифра» дает возможность заметно снизить себестоимость упаковки при выпуске ее небольших объемов, необходимых при апробации на рынке новых товаров, а также резко поднимает оперативность печатных производств, в итоге обеспечивающих своим клиентам отличный шанс опередить конкурентов.

Немаловажная составляющая производства упаковки-послепечатная отделка, призванная придать готовой продукции яркий и выразительный внешний вид.



Пластиковая упаковка с Российским гражданством

В России начался эксперимент, в ходе которого иностранную упаковку продуктов заменят на российскую. Результаты эксперимента уже на полках магазинов. ➡



Традиции упаковки в Японии

Японский дизайн считался, считается и будет считаться одним из самых передовых и инновационных в мире. При этом дизайн Японской упаковки имеет свою глубокую историю, совершенно отличную от истории упаковки в Европе, Америке и других развитых странах.

Японский дизайн очень многогранен. С одной стороны, это простота, утонченность и стильный минимализм японской упаковки, а с другой стороны-использование сложнейших техник оригами, фурошики и традиционных упаковочных материалов-соломы, шелка и бамбука.



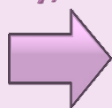
НАЧАЛО



О чем рассказала древнейшая тара...

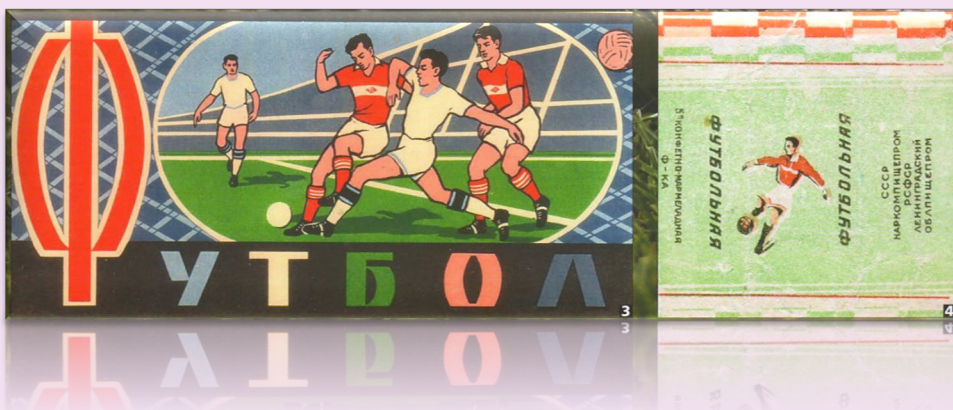
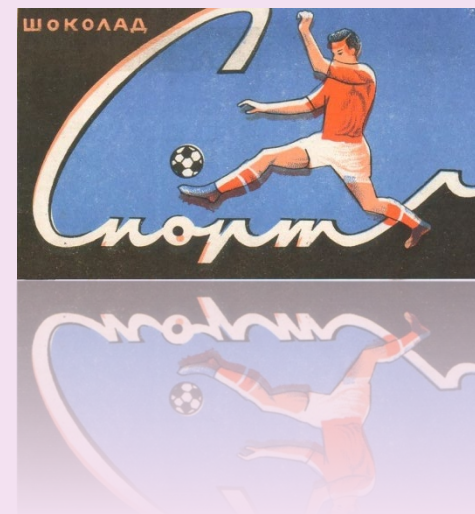
Византийский корабль. Обнаруженный в мае 2015 г. ростовскими дайверами в Черном море. В пяти километрах от Балаклавы, окрестили «находкой тысячелетия». По самым предварительным подсчетам, судно пролежало на дне Черного моря больше тысячи лет. В августе к месту древнего кораблекрушения даже опускался в батискафе (судно лежит на глубине 83 м) президент страны Владимир Путин.

Очень важной находкой на «предположительно византийском корабле», сделанной на первом этапе экспедиции, по его мнению (археолог Виктор Лебединский), оказались перевозимые в судне древнейшие (X-XI вв. н.э.) упаковки-амфоры. Сейчас археологи провели фотограмметрические исследования, сделали подробную план-схему объекта, провели на глубине его трассировку, подняли несколько образцов древнейшей тары. Но самое интересное еще на дне.



История российского футбола на упаковках и этикетках

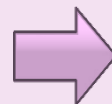
Тема спорта и, в частности, футбола традиционно находила свое отражение на упаковках и этикетках. В статье приведены примеры использования спортивных сюжетов на упаковке в разное время.



Все дело в упаковке

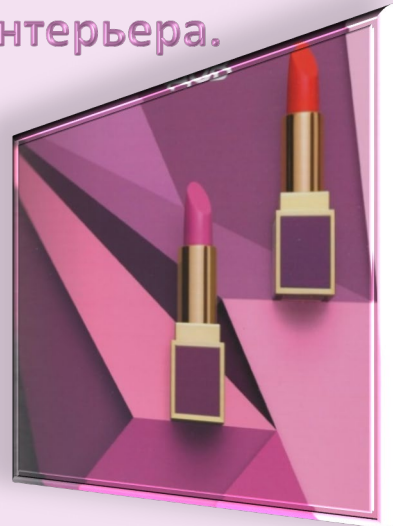
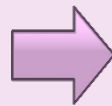
Каким бы уникальным не являлся ваш товар. Если он неприглядно упакован, покупатель вряд ли сделает даже импульсную-первичную закупку. На полках современных супермаркетов все строго по Трауту: «Отличайся или умирай»...

Маркетолог Джек Траут (1935-2017) получил экономическое образование. Его первым местом работы стал компания General Electric, где он служил в отделе рекламы. Чуть позже Траут был приглашен в «Uniroval» уже на руководящую должность.



Бренд

Оболочка товара, упаковка является важнейшим атрибутом бренда, на плечах которого лежит ответственность за успех товара на рынке. Красивая и привлекательная упаковка очень важна для потребителя. Ведь помимо выполнения своей прямой задачи, хранения продукта и передачи информации о нем, она может выполнять ряд сторонних функций: быть настоящим украшением стола, служить «шкатулкой» для хранения нужных мелочей, да и просто частью интерьера.



Дизайн

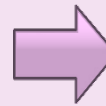
Почему дизайн упаковки имеет значение?

Перед тем, как перейдем к трендам, напомним о значимости упаковки для бизнеса в сфере продажи повседневных товаров.

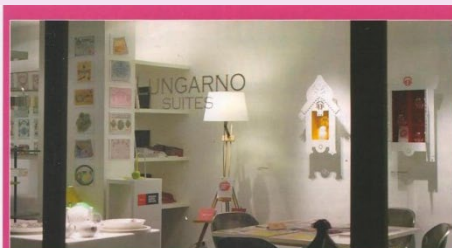
Упаковка влияет на эмоции человека и его выбор. Оказавшись перед полкой с сотней одинаковых товаров, он не будет вчитываться в подробный состав продукта или историю его возникновения. Он отдаст предпочтение тому, что уже знает, или тому, что зацепит его взгляд.

Чтобы ваша упаковка была одной из первых бросающихся в глаза, она должна соответствовать нескольким критериям:

- Визуальная привлекательность. Внешний вид упаковки должен вызывать положительные эмоции, повышать уровень доверия к продукту и бренду, провоцировать желание купить его.
- Аутентичность. Упаковка должна соответствовать товару, а также духу и ценностям вашего бренда. Не надо притворяться тем, кем вы не являетесь.
- Ясность и наглядность. FMCG- это товары, которые потребляются каждый день. Поэтому их упаковка должна объяснять назначение товара при беглом взгляде. Это не товары люкс-категории, на которые человек готов потратить много времени для изучения.



Дизайн



зайна. В ходе работы павильона ре-
ренный представил посетителям «К
и упаковка» и познакомил с работ
народного студенческого конкур
дизайн упаковки «Звездной славы»
Во время праздничного мероприятия
открытия 2-го Павильона российско-
на во Флоренции состоялось «та
ское путешествие в традиции русско
еды и питья». Впервые в Италии
станции исторического русского
«Ржаной Полуگار», изготовленной
XVIII в., с закусками из националь
качества, предоставленного компание
«Исторический дом»
В программе павильона также
вал представитель дизайнерского
ства Украины, директор киевского
InterBudExpo Андрей Мельничук
рассказал о проекте международного
SVIT FORM, нацеленного на разви
ного дизайна и создание благоприят
вий для сотрудничества между украин
зарубежными предприятиями.



psd
graphics

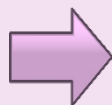


Тренд

Тренд – это термин, подразумевающий изменение чего-либо с течением временем. Данное понятие применяется в различных областях науки, культуры, политики. Экономике и многих других сферах.

Двойственность потребительской упаковки – тренд!

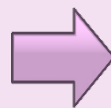
Работая с двойной упаковкой, дизайнеры и маркетологи воплощают в жизнь так называемую стратегию отличия, в которой они ориентируются на покупателей, уставших от привычных форм и марок или изначально готовых к экспериментам.



Подарочная упаковка



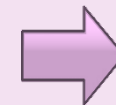
Красивая, необычная,
стильная, поражающая
воображение
подарочная упаковка
играет важную роль.
Правильная подарочная
упаковка – залог успеха.



Эмоциональное и эстетическое воздействие упаковки на потребителя

Современный человек, окруженный комфортом и привыкший к соупутствию красивых предметов, вещей в быту и интерьере – мебели, одежды, посуды и т.д., подсознательно повышает свои требования ко всем видам дизайнерских услуг. Как известно, к одному из них относится и дизайн упаковки.

Чтобы создать впечатление эстетически привлекательной упаковки, дизайнер использует много художественных средств, готовых к сильной ассоциативной атаке на потребителя.



Это слишком красиво, чтобы выбросить!

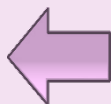
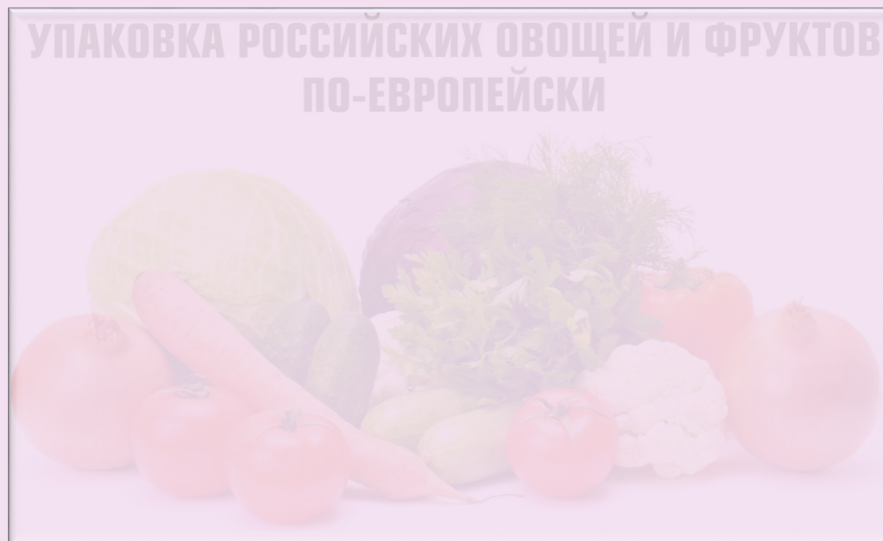


Очень важно чтобы упаковка была эстетически привлекательной и в то же время выполняла свои основные функции. Но сегодня недостаточно просто разработать красивую упаковку, и даже брендировать продукт. Важно наделить упаковку идеей, за которую потребитель готов платить больше.

НАЗАД

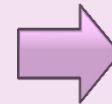
Пищевая упаковка

Имея богатый опыт работы в сфере упаковки свежих овощей и фруктов, оборудование и технологии для производства лотков сложной высадки, использующихся в Европе, компания стала активно продвигать новый вид упаковки российскому покупателю



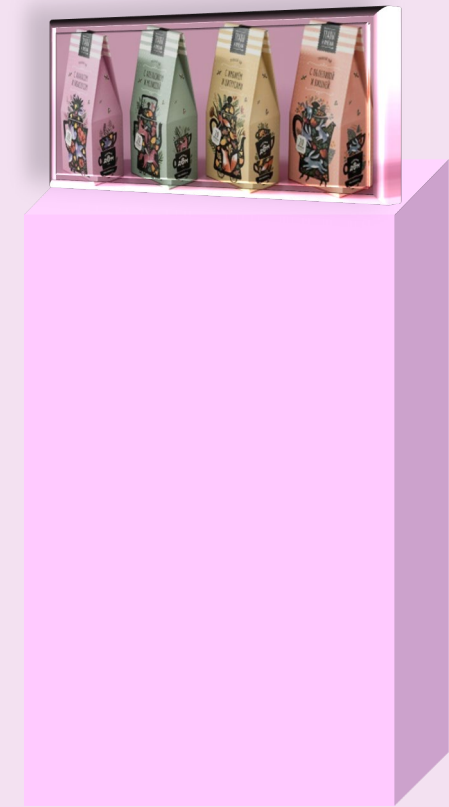
Производство жестяных банок в России в начале XX века

Жестяная упаковка появилась в середине XIX в. в Англии. Первоначально это были коробки для чая, бисквитов, печенья, монпансье. Разнообразие форм, красочное оформление и надежная защита товара обеспечили «жестянкам» популярность как у производителей товаров, так и у их покупателей. На первых порах гладкие жестяные коробки снабжались бумажными этикетками.



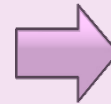
Чай

С середины XIX в. Благодаря развитию сырьевой базы и совершенствованию транспортных связей цена чая в России начала существенно снижаться и потребление его неуклонно увеличилось. Чай начал восприниматься большей частью населения как национальный напиток, несмотря на свое китайское происхождение. В результате значительно усилилась конкуренция на рынке чая, резко вырос его контрабандный ввоз и фальсификация.



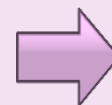
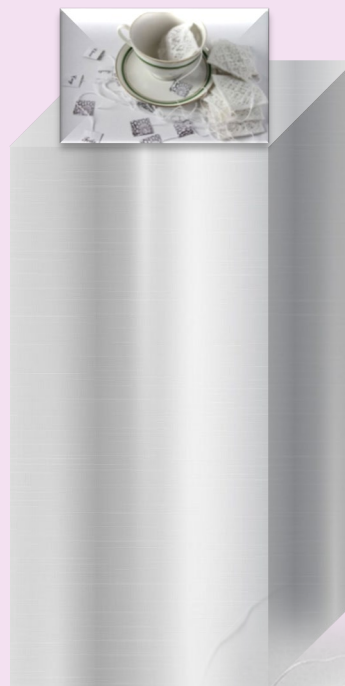
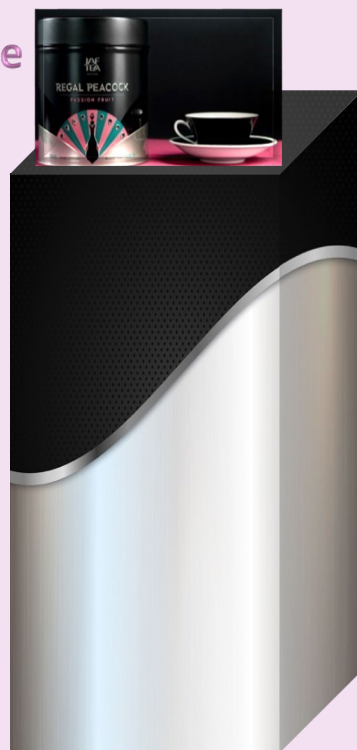
Пакет-пирамида

Пакет-пирамида изготавливается из нейлона или пищевого нетканого материала. Такая упаковка идеально подходит для хранения и заваривания чая, так как не обладает запахом, хорошо пропускает воду и позволяет ей свободно циркулировать, не деформируется и держит форму.



Люксовый чай

Люксовый чай – отличный подарок для ценителей напитка. Премиум сорта обычно продаются в элитной упаковке, которая повышает стоимость и так дорогого продукта. Сейчас, когда продукция в стиле «hand made» на пике популярности, оформление Подарков своими руками очень актуально. Кроме того, некоторые зарубежные компании предлагают услуги по упаковке чая в муслиновые фильтр-пакеты, а в Индии ручная вязка фильтр-пакетов – обычное явление (с учетом дешевой рабочей силы)



История о том, как «упаковывали» кофе

Для любителей кофе, желающих приготовить напиток быстро и без проблем, настоящим подарком стало открытие в 1899 г. швейцарским химиком Максом Моргенталлером растворимого варианта. Он использовал смесь из «арабики» и «робусты».

По правилам черный крепкий кофе нужно разливать в специальные маленькие фарфоровые чашечки с блюдцами.

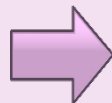
Одним из самых распространенных является упаковка кофе в многослойные вакуумные пакеты с обратным клапаном



Первый в России стартап по производству съедобных стаканов



Идея зародилась у нас в начале года, и мы сразу приступили к ее воплощению. В ходе наших многочисленных разработок и экспериментов мы наконец получили качественный экологичный продукт! – поясняет Ирина Шишкина, автор проекта. Съедобные стаканы имеют обширный спектр применения: от различных десертов до любых напитков с t до 100 C , что позволяет стать незаменимыми спутниками заведений общепита, кейтеринговых компаний, детских и взрослых праздников на природе.



Как covid-19 изменил приоритеты пищевой упаковки

Все большую популярность будет набирать гибкая и прозрачная упаковка. Такая упаковка не пропускает влагу, защищает продукт от микробов и вирусов, а самое главное – можно легко потрогать и увидеть, что внутри. С точки зрения логистики и мерчандайзинга это также удобно: такие товары легче, и занимают меньше места, чем упакованные в стеклянную или металлическую тару. Поэтому, спрос на гибкую и легкую упаковку сохранится на несколько ближайших лет.

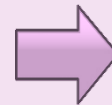


Самым главным критерием для хозяек останется уверенность в безопасности продукта: соблюдение санитарных норм и герметичность.



Упаковка для парфюмерии и косметики

Парфюмерная посуда является чем-то большим, нежели простой тарой для ароматической жидкости – флаконы говорят об эпохе, о людях и о временах. Они могут стать «проводником» в историю. Надо внимательно смотреть на этикетки и сами флаконы, на встречающуюся на них символику.



В парфюмерии важен не только аромат,
большое значение имеет его «наряд»

Упаковка не только должна быть
качественная, она должна
подготовить покупателя к встрече
с новым товаром, подогреть
интерес к аромату, дать
возможность провести
ассоциации запаха со своими
мечтами, образами, со своей
← личностью.



Эволюция парфюмерного флакона

В глубине веков скрыта от нас история зарождения парфюмерии. Первые благовония, собранные человеком, и емкости для их хранения – ровесники и судя по первым историческим справкам – это 2800 г. до н.э.

Сосуды для хранения благовоний у древних египтян были. Как правило, небольшого размера диаметром от 6 до 10 см при высоте в 8-20 см.

Флаконы для духов делались ювелирами в средние века из благородных металлов. Их инкрустировали драгоценными камнями.

В 17 в. Распространены были флаконы грушевидной формы из цветного стекла.

В 18 в. Появились флаконы, похожие на миниатюрные сундучки для нюхательной соли, они умещались в дамской перчатке.

В 19 в. Вошли в моду богемские флаконы из непрозрачного или опалового стекла самых нежных тонов.



Духи славились не только своими ароматами

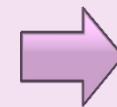
Флаконы для духов оказались в сфере высокого искусства, задача которого – изобразительно показать язык запахов, передать идею неосязаемого аромата в форме объема и цвета, в форме конкретных линий.

В XVII –XIX вв. фирмы по производству духов, парфюмерии появляются во многих странах.

Следует признать, что парфюмерная отрасль начала развиваться в России гораздо позже, нежели в западной Европе.

В СССР до конца 60-х годов существовала старая, дореволюционная технология изготовления упаковок для флаконов с духами и другой парфюмерии.

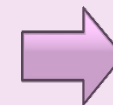
Современные производители парфюмерии не создают сильных образов, которые воспринимались бы как цельные и яркие. Хотя, нет правил без исключений.



Наша парфюмерия из советской эпохи

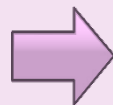
К началу 1917г. В России функционировало 234 завода по производству стекла, на 15 из которых изготавливали парфюмерную упаковку.

Флаконы и другие виды упаковки большевики стали использовать как агитационный материал. На этикетках появлялись изображения рабочих и колхозников, спортсменов, ударников труда, другая советская атрибутика. Популярными были изображения Кремля.



«Красная Москва»

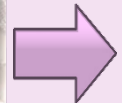
Духи «Красная Москва» – настоящая классика советской действительности. В свое время эти духи были любимыми у актрисы Любви Орловой и космонавта Валентины Терешковой. Духи «Красная Москва» немного напоминали «Chanel №5». Возможно, это и поспособствовало тому, что духи приобрели бешеную популярность и получили десятки международных наград.



Прогнозы и перспективы мира косметики и упаковки

В борьбе за внимание и эмоции покупателей на магазинной полке балом безраздельно правит упаковка. Ни много ни мало, 60% покупок мы совершаем под влиянием сиюминутного эмоционального импульса.

Сегодня никого не удивить: сегодняшний потребитель требует все более сложных и эффективных активных ингредиентов в составе косметики. Поэтому 2017 г. можно назвать началом «эпохи бактерий». Новое слово в индустрии косметики и косметологии – средств, предназначенные для восстановления и сохранения микробиома покупателя.



Упаковка зачастую воздействует на подсознание потребителя.

В течение последних нескольких лет дизайн упаковки в международном масштабе находится в фазе перемен.

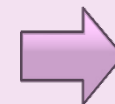
Дизайн упаковки сегодня определяется как деятельность одновременно и творческая, и техническая. Он требует от людей творческих профессий и маркетологов проявления в своих проектах инициативности и оригинальности. Дизайнеры, сталкивающиеся с многочисленными ограничениями, прежде всего ставят перед собой задачу передать ценность торговых марок и продукции, достигнув баланса между креативностью и техническими решениями.



НАЗАД

Упаковка под знаком «ЭКО»

Биоразлагаемые пластики создаются из особых полимеров. Произведенных из растительного сырья: крахмала, полилактида. Полиэфиров. Целлюлозы. Такие полимеры практически полностью разлагаются микроорганизмами до оксида углерода и воды, что подтверждено лабораторными тестами. Мы поддерживаем идею биоразлагаемой упаковки и считаем, что в будущем ее популярность будет расти.



ЭКО



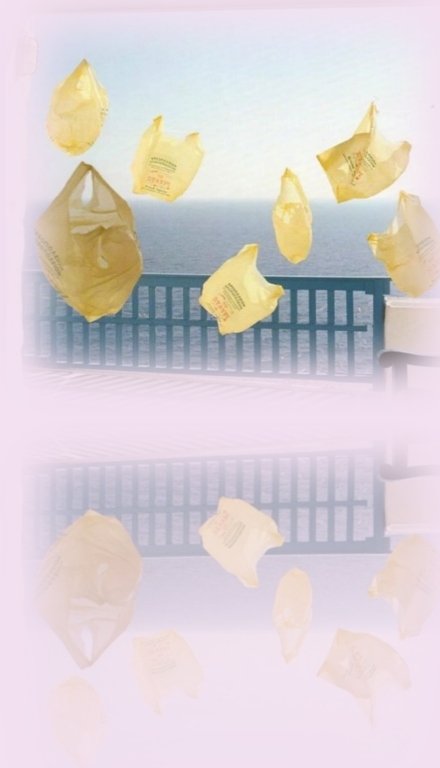
Мы постоянно расширяем линейку экологических товаров, в том числе упаковки. В ближайшее время мы планируем активно продвигать такую продукцию в ритейле. Также мы развиваем систему экологической сертификации и экологической маркировки товаров и услуг.

Генеральный директор компании «ОптиКом» Максим Рогожко

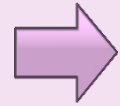
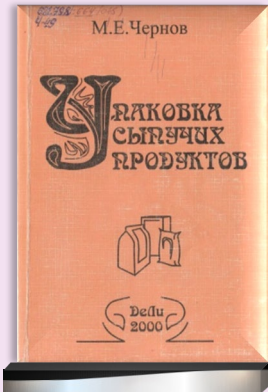
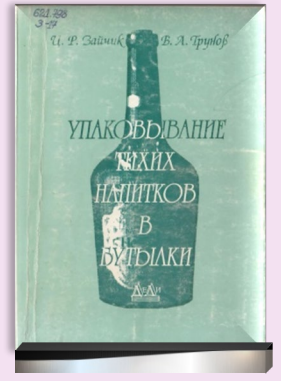
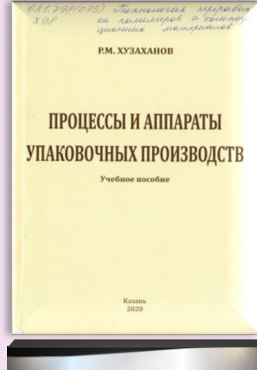
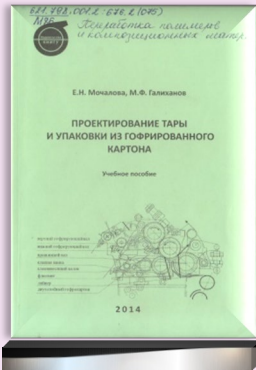
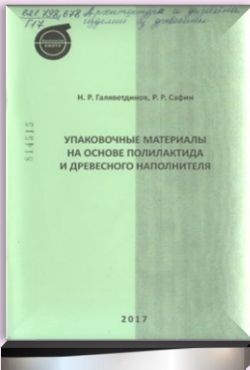
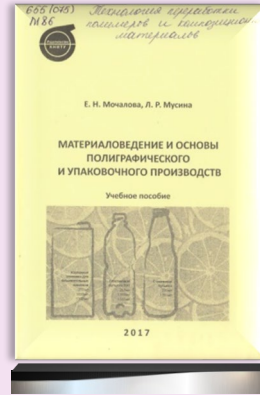
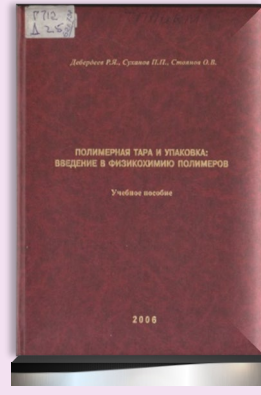
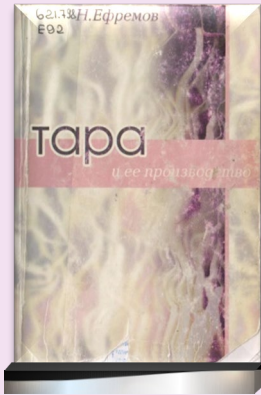
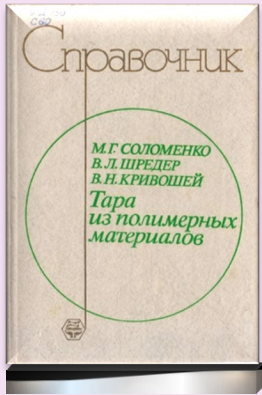


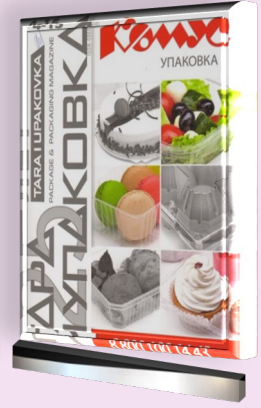
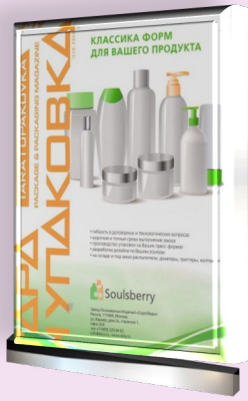
Биоразлагаемые полимеры: взгляд профессионала

Биопластики, и в их числе биоразлагаемые полимеры (материалы, получаемые из природных полимеров, и разлагаемые в сравнительно короткие сроки под воздействием природных факторов), - идея не новая. Ведь один из природных полимеров (целлюлоза) успешно использовался и продолжает использоваться в виде бумаги, а также с середины прошлого века – в виде прозрачного лакированного целлофана и комбинированных материалов на его основе – для производства упаковки.



[Узнать подробнее](#)





Будьте яркими и
молодёжными, а не
строгими и пафосными

Информируем,
рекомендуем,

советуем прочитать.

Наш адрес: ул.К.Маркса, 72.

Читальный зал Б-222

