

ART OF PACKAGING – Konkurs na najlepsze opakowanie roku Perły wśród Opakowań

BIZNES, SZTUKA, MIASTO POZNAŃ, PROJEKTOWANIE, DESIGN, KNOW HOW, TECHNOLOGIA, PRODUKCJA, SPRZEDAŻ. To hasła, z którymi wiąże się ogólnopolski konkurs na najlepsze opakowanie roku ART OF PACKAGING – Perły wśród Opakowań. Jego ideą niezmiennie od siedmiu lat jest promowanie innowacyjności, kreatywności oraz konkurencyjności polskich opakowań na rynku krajowym oraz rynkach zagranicznych. Szukamy pereł zarówno wśród młodych artystów, projektantów, studentów i absolwentów uczelni – w ramach ART OF PACKAGING DEBIUTY, jak i profesjonalnych znawców sektora przemysłu opakowaniowego: projektantów, producentów, właścicieli marek – w ramach ART OF PACKAGING PROFESSIONAL. Wyławiamy również Opakowanie z Szuflady – już nie Debiut, ale jeszcze nie Professional: opakowanie – jego projekt lub prototyp – stworzone przez profesjonalistów, które z różnych względów nie ujrzało jeszcze światła rynkowego i nie zostało wdrożone do produkcji. Promujemy twórców, którzy raz w roku mają okazję spotkać się w Poznaniu na uroczystej Gali Finałowej, podczas której przyznajemy wyróżnienia i nagrody, w obecności osobistości ze świata biznesu, przemysłu, nauki i kultury. Ale najważniejsze są OPAKOWANIA – swoiste dzieła sztuki o niebagatelnym i nieocenionym na rynku znaczeniu. To one stanowią clou całego wydarzenia. ART OF PACKAGING odbywa się pod honorowym patronatem Ministerstwa Gospodarki oraz patronatem Marszałka Województwa Wielkopolskiego. Współorganizatorem jest Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu. Organizatorem jest EUROPEAN MEDIA GROUP, wydawca m.in. miesięcznika PACKAGING POLSKA.

Tegoroczna edycja

Ogłoszenie wyników siódmej edycji prestiżowego konkursu na najlepsze opakowanie roku miało miejsce 18 marca w Poznaniu podczas uroczystej Gali Finałowej, na którą przybyło wiele osobistości ze świata biznesu i sztuki.

Dzięki współpracy z przedstawicielami Międzynarodowych Targów Poznańskich, podczas najbliższej edycji targów Przemysłu Opakowań Spożywczych PAKFOOD zostanie zorganizowana wystawa tegorocznych laureatów Konkursu. Będzie ona dostępna zarówno dla wystawców, jak i zwiedzających w holu przy głównym wejściu na teren targów od strony ul. Głogowskiej w Poznaniu.

O ZWYCIĘZCACH

Zwycięzca ART OF PACKAGING PROFESSIONAL

Cisowianka Perlage w butelce

Butelka na wodę Cisowianka Perlage

Zgłaszający, projektant i użytkownik: Polskie Zdroje

Producent: Owens-Illinois (butelka); JDA Łomża (etykieta)

Butelka została stworzona z myślą o najbardziej wymagających konsumentach, którzy poszukują nie tylko wyjątkowego smaku, ale chcą otaczać się pięknymi, wyszukаныmi przedmiotami. Precyzyjne, ozdobne tłoczenia, papierowa etykieta, głęboki, stworzony na indywidualne zamówienie niebieski kolor, srebrne, aluminiowe zamknięcie i smukły kształt sprawiają, że butelka jest prawdziwą ozdobą stołu i z powodzeniem pełni funkcję eleganckiej karafki. Butelka (poj. 0,7 litra) wykonana jest ze szkła produkowanego przez firmę O-I. Niebieski kolor stworzony został na indywidualne zamówienie

Polskich Zdrojów. Butelka posiada specjalne tłoczenia, w których umieszcza się etykietę. Podobnie jak w innych produktach Polskich Zdrojów, zastosowano tu papierowe etykiety, dodatkowo wyposażone w srebrne elementy dekoracyjne. Zamknięcie to wykonana z aluminium zakrętka z plastikowym pierścieniem gwarancyjnym. Butelka należy do kategorii cienkościennych butelek bezzwrotnych, które posiadają wszystkie zalety szkła, przy czym proces ich recyklingu jest jeszcze bardziej efektywny i ekologiczny, m.in. ze względu na wagę opakowania oraz kwestie transportu.

Zwycięzca ART OF PACKAGING DEBIUTY

Kujawska Tradycja

Seria etykiet i opakowań na spożywcze produkty regionalne

Maja Drążkowska

Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi

Kujawska Tradycja to linia etykiet i opakowań na produkty regionalne zamieszczone na listach produktów tradycyjnych. To spójny, rozpoznawalny pomysł na promowanie tradycji województwa, zarówno w Polsce, jak i za granicą. Produkty dobrano w taki sposób, by pochodziły z całego województwa kujawsko-pomorskiego oraz by można było zaprezentować różne formy opakowań. Dziś wiele z tych produktów nie posiada opakowań, co w dużej mierze ogranicza wprowadzenie ich na rynek oraz przyczynia się do słabej rozpoznawalności. Seria zawiera: etykiety na słoiki (trzy rodzaje miodów i powidła śliwkowe), etykiety na butelki (dwie nalewki, księżycówkę, miodek majowy, sok z kapusty), banderolkę na chleb, puszkę na kawę, kajmak i amoniaczki oraz opakowanie kartonowe na mace borowiackie. Ważne, by materiały zastosowane w projekcie były ekologiczne, ponieważ projekt promuje produkty naturalne. Motywy użyte na opakowaniach inspirowane są haftem kujawskim, pojawiającym się na fartuszkach kujawskiego stroju. Użyta grafika ma więc również swoje zakotwiczenie w tradycji. Cały projekt jest spójny, ten sam układ etykiet pojawia się bowiem na wszystkich opakowaniach. Po przyjrzeniu się wychodzi na jaw, że etykiety nie są identyczne. Każdemu opakowaniu indywidualnego charakteru dodaje znak kwiatu rośliny lub koronki, który góruje na etykiecie lub dominuje na pudełku. Naturalnie utworzyły się trzy grupy znaków. W pierwszej symbole wskazują na to, z czego wytworzony został dany produkt np. dla miodu klonowego znakiem stał się kwiat klonu. Druga grupa znaków przeznaczona jest dla produktów roślinno-zbożowych, takich jak kawa zbożowa czy chleb ze słonecznikiem. Pojawia się na nich odpowiedni symbol, np. kwiat słonecznika ujęty w kłosa zboża. Trzecia grupa została utworzona dla produktów cukierniczych, w których jednoznaczne określenie rośliny jest niemożliwe. Jako symbolu użyto koronki, która także występuje w tradycyjnych haftach ludowych. Ważne jest to, że w ujednoliconych opakowaniach symbol produktu przypomina o różnych wytwórcach, którzy mogą tego znaku używać jako logo ich produktu. Gwarancją wiarygodności produktu i jego wyjątkowego charakteru jest podpis wytwórcy na tylnej etykiecie.

Zwycięzca kategorii OPAKOWANIE z SZUFLADY

PianoKey

Opakowanie na wino

Zgłaszający: TFP Grafika

Inspiracją do zaprojektowania opakowania na wino stał się fortepian. Jest on w pewnym stopniu ekskluzywnym meblem, który wewnątrz skrywa mechanizmy odpowiadające za perfekcyjne wydobywanie dźwięku. Ten właśnie dźwięk działa na naszą podświadomość i czujemy pewien rodzaj ukojenia. Podobnie wino oddziałuje na nasze ciało i pozwala nam oddać się chwili relaksu, odszukać nowe myśli. Te właśnie czynniki przemawiały za umieszczeniem butelki – opatulonej w wygłuszającą warstwową fakturę – w drewnianej bryle. Biel i czerń – dwa światy opakowania odsłaniają częściowo strukturę faktury, by

zachęcić odbiorcę do spojrzenia w głąb i sięgnięcia po wytrawny trunek. Materiałem wyjściowym do wykonania opakowania PianoKey jest tektura falista pięciowarstwowa, która została przyozdobiona litym drewnem. Bryła jest polakierowana na wysoki połysk z zachowaniem naturalnej jego struktury. Na klapce zmykającej wykonano zadruk cyfrowy, ukazujący przyszłą markę produktu.

Wyróżnienie marki Rosenthal

Farbki!

Opakowanie na farby dla dzieci

Aleksandra Guz

Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi

Farbki! to opakowanie na farby dla dzieci o ciekawej i innowacyjnej formie. Składa się ono z dwóch elementów: pojemników z farbą oraz wielofunkcyjnego stojaka. Pojemniki działają na zasadzie strzykawki – naciskając tłoczek, dziecko może precyzyjnie dozować farbę, nie brudząc się przy tym. Po zakończeniu malowania, farbki można odłożyć na stojak, który służy także do przechowywania pędzli oraz jako pojemnik na wodę. Opakowanie wykonane jest z tworzywa sztucznego, pozyskanego z recydingu i możliwego do ponownego przetworzenia. Każdy pojemnik na farbę ma silikonowy zaworek, który zapobiega jej wysychaniu. Stojaki-moduły można w prosty sposób łączyć ze sobą (poprzez przyłożenie do siebie i przekręcenie). Opakowanie jest bezpieczne dla dzieci i łatwe w użytkowaniu. Opakowanie Farbki! jest doskonałą alternatywą dla tego typu produktów dostępnych na rynku.