

Konkurs ART OF PACKAGING został rozstrzygnięty! Pragnienie Antonioniego.

Perły zostały wyłowione! PRAGNIE-NIE – projekt etykiety i limitowanego opakowania na butelkę wody mineralnej oraz ANTONIONI DVDbox – opakowanie na 8 płyt DVD z filmami Michelangelo Antonioniego, to główni laureaci czwartej edycji Konkursu na najlepsze opakowanie roku – ART OF PACKAGING 2009. Wyniki Konkursu zostały ogłoszone podczas uroczystej Gali Finałowej, która odbyła się 22 marca w Teatrze Polskim w Poznaniu.

W poniedziałkowy wieczór Oskarów Opakowaniowych ogłoszono również zwycięzców w kategoriach dedykowanych. W edycji Debiuty laureatem kategorii Kreacja nowej marki zwyciężył projekt opakowania karmy dla psów – PSI SMAK, natomiast w kategorii Aquila Design pomysł na teksturę zwycięskie opakowanie to PLAYPACK. Jury nie przyznało nominacji w kategorii. Pomysł na etykietę.

W części Professional, w kategorii dedykowanej Aquila Design pomysł na opakowanie z tekstury zwyciężył SZEŚCIOPAK ZAMKNIĘTY – opakowanie zbiorcze, nosidełko na 6 sztuk butelek 0,33 L, eksponujące piwo noteckie; w kategorii Opakowanie z Szufladyzwy ciężęło PUDEŁKO SUSHI – opakowanie dla Sushi oraz innych potraw i przedmiotów japońskich; w kategorii Pomysł na opakowanie cyfrowe/etykietę zwyciężyła seria etykiet do kosmetyków naturalnych NATUREL; a w kategorii Pomysł na opakowanie Premium z papieru/kartonu BOMBONIERA Z HERBATAMI ARTYSTYCZNA. W edycji Professional przyznano także dwa wyróżnienia, które otrzymały: PODAJNIK-TUBA DO KUBKÓW – opakowanie w formie tuby dla kubków jednorazowych oraz BIAŁE I CZARNE KWADRATY – linia opakowań dla lodów familijnych nowej marki Augusto.

Opisy zwycięskich produktów:

ZWYCIĘZCA konkursu ART OF PACKAGING – DEBIUTY

Perła wśród Opakowań

PRAGNIE-NIE

Projekt etykiety oraz limitowanego opakowania na butelkę wody mineralnej

Autor projektu: Marcin Krakowski

Akademia Sztuk Pięknych w Poznaniu

Seria Pragnie nie jest projektem etykiet na butelki wody mineralnej. Istotą tego projektu jest zabawa słowem; ruchoma, interaktywna etykieta, która niczym fatamorgana ma nęcić odbiorcę sięgającego po produkt. Mamy tutaj dwa słowa, które w zależności od punktu widzenia obserwatora przeczą sobie bądź tworzą tytułowe pragnienie. Etykiety wykonano z transparentnej folii przylepnej. Osobnym projektem z tej serii jest opakowanie na butelkę wody mineralnej. Wykonane jest ono z półtransparentnego priplaku, ma formę walca zszytego w punkcie łączenia grubą nicią i zamkniętego od góry i dołu plastikowym wieczkiem. Dno walca również jest przyszyte grubą nicią, co sprawia, że konstrukcja opakowania jest trwalsza. Szew nadaje jej tym samym estetyczny i solidny wygląd. Górne wieczko posiada mniejszą obręcz, która chwyta i stabilizuje butelkę wewnątrz opakowania. Również w tym przypadku gra słowna zachodzi na dwóch płaszczyznach, a wrażenie pragnienia

potęguje efekt szronu uzyskany przez półtransparentny priplak. W projekcie użyto istniejącej na rynku formy butelki.

Zwycięzca konkursu ART OF PACKAGING – PROFESSIONAL

Perła wśród Opakowań

ANTONIONI DVDbox

Opakowanie na 8 płyt DVD z filmami Michelangelo Antonioniego

Firma zgłaszająca i projekt: Rajmund Rajchel

Producent: Drukarnia Włodarski

Użytkownik: Gutek Film Sp. z o.o.

Projekt powstał z okazji 15-lecia firmy Gutek Film, zajmującej się promocją i dystrybucją światowego kina. Jest to specjalne, kolekcjonerskie wydanie 8 filmów klasyka kina artystycznego, włoskiego reżysera Michelangelo Antonioniego. Produkt skierowany jest do określonej, nieprzypadkowej grupy odbiorców. Są nimi miłośnicy sztuki filmowej wielowarstwowej, wysmakowanej i trudnej w odbiorze. Nawiązuje do tego forma opakowania (podobnie jak filmy Antonioniego), zmuszająca użytkownika do podjęcia pewnego wysiłku, wykonania szeregu czynności, by mógł dotrzeć do jego zawartości.

Przedstawiany pakiet filmowy wydany został w limitowanej ilości 1500 sztuk.

Dystrybucja odbywała się poprzez sieć salonów największych polskich firm zajmujących się sprzedażą produktów kultury, wiedzy i rozrywki.

Do realizacji projektu użyto prostych, surowych ale szlachetnych materiałów i technik drukarskich, aby również w ten sposób oddać klimat filmów artysty.

Dobrano je nie tylko pod kątem walorów estetycznych i ideowych, ale i technologicznych. Na przykład płachta z wycięciami na filmy wykonana została z mocnego papieru typu Kraft, który jest trwały i wytrzymały na wielokrotne zagięcia, a okładki z grubej, czarnej tektury pozwoliły na wykonanie głębokiego tłoczenia logotypu projektu. Zestaw wykorzystanych materiałów oraz technik drukarskich współgra z celowo oszczędną szatą graficzną.

Użyte materiały to: tektura falista, tektura lita, Kraft 140 g/m², Super Snowbright creamy 90 g/m².

Użyte techniki: druk offsetowy, sitodruk, tłoczenie, wycinanie laserem, sztańcowanie.

Laureaci kategorii dedykowanych:

DEBIUTY

Zwycięzca w kategorii dedykowanej:

Kreacja nowej marki opakowanie rynkowe

ZADANIE: stworzenie nowej marki dla wybranego produktu, przygotowanie projektu nowego opakowania lub limitowanej serii

Partner kategorii: Studio Design Group

PSI SMAK

Opakowanie karmy dla psów

Autor projektu: Dorota Pakuła

Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie

Celem projektu było stworzenie wiarygodnego wizerunku nowej, taniej i dobrej marki karmy dla psów. Stylistyka jest subtelną grą konwencji i nawiązuje do oszczędności graficznej opakowań z lat 50. i 60., będąc

jednocześnie jej nowoczesną aplikacją. Wizerunek wesółego, biegnącego psa wzbudza sympatię i sprawia, że firma producent rzetelnie podchodzi do swojego zadania i dba o zdrowie psów. Zaprojektowane zostały także etykiety (w różnych kolorach) na 4 smaki oraz dokonano podziału na karmę junior (białe tło) i senior (tło kolorowe).

Zwycięzca w kategorii dedykowanej:

AQUILA Design pomysł na teksturę:

pakiet promocyjny dla produktów spożywczych

ZADANIE: stworzenie projektu/prototypu opakowania

promocyjnego/limitowanego

z tekstury dla produktu lub grupy produktów spożywczych

Partner kategorii: AQUILA

PLAYPACK

Opakowania do owoców, warzyw

Autor projektu: Karolina Gwóźdź

Akademia Sztuk Pięknych w Poznaniu

Inspiracją do zaprojektowania opakowania Playpack była akcja Owoce w szkole.

Podobnie jak w akcji Pij mleko dzieci w wieku 7-9 lat otrzymują w szkole na drugie

śniadanie warzywa i owoce. Podczas trwania tego projektu wystąpił jednak pewien problem przekąski w dostępnych opakowaniach wyglądały mało

atrakcyjnie i nie zachęcały dzieci do spożycia. Celem projektu było

stworzenie opakowań, które spełniałyby nie tylko funkcje ochronne, ale podobnie do kinder suprise wywoływałyby u dziecka chęć posiadania.

Playpack spełnia więcej funkcji niż wynikałoby to z akcji Owoce w szkole,

bowiem opakowane owoce mogą być również sprzedawane w sklepach

(jako prezent dla dzieci), stwarzając konkurencję dla słodyczy; lub być

jednorazową śniadaniówką- liścikiem od mamy, którą rodzice przygotowują

dzieciom do szkoły. Po analizie kształtów owoców i warzyw powstały trzy

opakowania różniące się wielkością. Dla małych owoców i warzyw jest to

opakowanie sześciennie: 70 mm/ 70 mm/ 70 mm(mandarynki, rzodkiewki,

wiśnie, śliwki); dla większych produktów opakowanie sześciennie: 90 mm/ 90

mm/ 90 mm (jabłka, gruszki, pomarańcze); natomiast dla podłużnych

stworzono opakowanie prostopadłościennie: 210 mm/ 70 mm/ 70

mm (marchew, banan). Jedną z zalet zaprojektowanych opakowań jest

łatwość ich produkcji i dystrybucji – uprzestrzennienie płaszczyzny. Playpack

wykonano z kartonu posiadającego atest PZH zezwalający na jego

stosowanie do produkcji opakowań mających bezpośredni kontakt z

żywnością. Jednak największą atrakcją dla dziecka jest wnętrze pudełeczka.

Czeka tam na nie zabawa, spełniająca jednocześnie funkcję edukacyjną –

np. gra Memory, która pomaga dzieciom w nauce języka angielskiego, jak

również ćwiczy ich pamięć. Inną propozycją zabawy jest powstające z

pudełka origami, które dziecko może samo złożyć (różne zwierzęta np.

pingwin).

PROFESSIONAL

Zwycięzca w kategorii dedykowanej:

AQUILA Design pomysł na opakowanie z tektury

ZADANIE: opakowanie SRP (gotowe na półkę) dla produktów spożywczych

WAŻNE: opakowanie wyprodukowane z tektury

SZCZEGÓLNIENIE WAŻNE: konstrukcja, funkcjonalność, pomysł, wykonanie

Partner kategorii: AQUILA

SZEŚCIOPAK ZAMKNIĘTY

Opakowanie zbiorcze, nosidełko na 6 sztuk butelek 0,33 L, eksponujące piwo noteckie

Firma zgłaszająca, producent: ADAMS

Projekt: Anna Skrzyniarz, ADAMS

Użytkownik: Browar Czarnków

Innowacyjność tego opakowania wyrażona jest w konstrukcji umożliwiającej jego

szybkie formowanie, bezpieczne przenoszenie produktu oraz bezpośrednią ekspozycję.

Konstrukcja wykrojnikowa, składana ręcznie, klejona. Surowiec: tektura falista (ulegająca 100 proc. recyklingu).

Nadruk na konstrukcji umożliwia reklamowanie cech produktu oraz producenta.

Rączka zapewnia wygodne i bezpieczne przenoszenie produktów. Dno formowane

jest automatycznie, natomiast elementy ścian wycięte w sposób, który jednocześnie

zabezpiecza produkty przed uszkodzeniem oraz pozwala na eksponowanie etykiet.

Produkt został zgłoszony jako wzór przemysłowy w Urzędzie Harmonizacji Rynku

Wewnętrznego w Alicante w Hiszpanii.

Zwycięzca w kategorii dedykowanej:

Pomysł na opakowanie cyfrowe/etykieta

ZADANIE: etykieta/ opakowanie stworzone w technologii cyfrowej

WAŻNE: technologia cyfrowa

SZCZEGÓLNIENIE WAŻNE: kreatywność, jakość, innowacja

Partner kategorii: HP i DIGIPRINT

NATUREL

Seria etykiet do kosmetyków naturalnych

Firma zgłaszająca, projekt: Avantgarde Design Agnieszka Ziemiszewska

Producent: FANO

Użytkownik: Glancos Polska Sp. z o.o.

Opakowanie przekazuje jasny komunikat dotyczący naturalnego składnika z jakiego

wyprodukowany został kosmetyk. Projekt drogeryjny, dostępny na rynku niemieckim

i polskim, ma odwoływać się do hasła sztuka w opakowaniu, sztuka zapakowania.

Prostota przekazu ma kreować prostotę opakowania.

wrażenie emocjonalne ekologia

wrażenie racjonalne – kosmetyk naturalny

zastosowany materiał – papier

Zwycięzca w kategorii dedykowanej:

Pomysł na opakowanie Premium z papieru/kartonu

ZADANIE: opakowanie luksusowe

WAŻNE: materiał, druk, uszlachetnienie

SZCZEGÓLNIE WAŻNE: design, wykonanie, emocje

Partner kategorii: STORA ENSO

BOMBONIERA Z HERBATAMI ARTYSTYCZNYMI

Firma zgłaszająca, producent: BACARA Dariusz Kulpaka

Projekt: Studio Gravite Mateusz Obarek

Opakowanie w postaci bombonierki. Ideą jest wyjątkowe przekazanie ekskluzywnych,

ręcznie wykonanych herbat. Każdy element opakowania ma być minimalistyczny,

praktyczny, z doskonałym przekazem dla odbiorcy – od podkreślenia jakości produktu

i zawartości, poprzez jakość wykonanego opakowania; z naciskiem na elegancję.

Na obwolucie umieszczone jest logo (herbaty artystyczne) i element graficzny (pnącza) wykonane w złocie. Jest to przekaz dla odbiorcy: logo – artystyczny charakter; złoto – bogactwo doznań. Na odwrocie umieszczono doskonałej jakości zdjęcie, które mają wciągnąć odbiorcę w opis: nazwę i skład pojedynczej herbaty.

Zwycięzca w kategorii dedykowanej:

Opakowanie z Szuflady

ZADANIE: projekt/prototyp opakowania, który jeszcze – z jakichkolwiek względów – nie został wdrożony do produkcji.

WAŻNE: pomysł, idea, propozycja wykorzystania w praktyce

PUDEŁKO SUSHI

Opakowanie dla Sushi oraz innych potraw i przedmiotów japońskich

Firma zgłaszająca, projekt, producent: Gustaw Studio s.c. Jarosław Rusiński

Opakowanie jest inspirowane architekturą japońską. Celem projektu było nadanie

pudełku do sushi niezwyklej i oryginalnej formy (sprzedaż na wynos, catering), poprzez nawiązanie do kultury japońskiej i uzyskanie w ten sposób opakowania równie wymakowanego i estetycznego jak sama potrawa.

Inspiracja architekturą japońską pozwoliła zastosować rozwiązania konstrukcyjne dachów i bram elementów tradycyjnej, drewnianej architektury japońskiej w formie oraz konstrukcji. Dotyczy to szczególnie sposobu zamykania, przenoszenia i otwierania opakowania. Zastosowanie w opakowaniu konstrukcji budowlanej nie tylko determinuje jego formę, ale czyni pudełko niezwykle sztywnym i wytrzymałym im cięższa zawartość (w granicach wagi produktów spożywczych mogących zmieścić się w środku), tym zamknięcie jest bardziej wytrzymałe. W prezentowanym rozwiązaniu wykorzystano karton pudełkowy oraz pałeczki, które mogą być zastąpione

kawałkiem drewna, bambusem itd. Pateczki stanowiące uchwyt i spinające konstrukcję pudełka przechodzą przez otwory w kartonie (w miejscu dwukrotnie łamanym, co bardzo go wzmacnia). Zamknięcie okazało się niezwykle

oryginalne i skuteczne (ochrona prawna Urzędu Patentowego RP).

WYRÓŻNIENIA:

1.

PODAJNIK- TUBA DO KUBKÓW

Opakowanie w formie tuby dla kubków jednorazowych

Firma zgłaszająca: Huhtamaki Foodservice Poland Sp. z o.o.

Projekt: BEST-EVO Karol Szymański

Opakowanie na kubki jednorazowe w formie plastikowej tuby o specjalnie ukształtowanym dnie umożliwia jednocześnie pobór pojedynczych kubków bez kontaktu dotykowego z pozostałymi, znajdującymi się w opakowaniu. Tradycyjne pakowanie kubków jednorazowych w opakowania foliowe nie zapewnia

ich użytkownikom pełnej higieny. Chcąc pobrać pojedynczy kubek z opakowania foliowego zazwyczaj nieunikniony jest bezpośredni kontakt z kilkoma kubkami, co z kolei stwarza zagrożenie przeniesienia wirusów i bakterii. Również uzupełnianie stacjonarnych podajników kubkami przeniesionymi lub wrzuconymi wprost z opakowania foliowego nie gwarantuje zachowania właściwej higieny. Używanie prezentowanego opakowania-podajnika umożliwia higieniczny i łatwy transport, używanie i przechowywanie kubków. Jest to niezwykle ważne w dobie obecnie panujących epidemii oraz coraz większej ilości wirusów przenoszonych drogą kropelkową. Niski koszt produkcji sprawia, że prezentowane opakowanie na kubki jest najtańszym podajnikiem, który znajdzie zastosowanie wszędzie tam, gdzie używane są tradycyjne kubki jednorazowe. Podajnik wykonany z folii PVC został zgłoszony w Urzędzie Patentowym RP. Zgodnie ze sprawozdaniem o stanie techniki zgłoszenia patentu, nie znaleziono dokumentu podważającego nowość rozwiązania ani poziomu wynalazczego rozwiązania.

2.

BIAŁE I CZARNE KWADRATY

Linia opakowań dla lodów rodzinnych nowej marki Augusto

Firma zgłaszająca, projekt: GRAFANNA Anna Kamińska

Producent: Pezzutti Aldo srl

Użytkownik: Kilargo Sp. z o.o.

Linia opakowań Białych Kwadratów i Czarnych Kwadratów została stworzona dla lodów marki Augusto. Dla opakowania Białych Kwadratów opracowano nowoczesny, ergonomiczny design formy i nowoczesną szatę graficzną. Lekko kremowy kolor opakowania rozświetla zdjęcie ilustrujące dany smak lodów. Szata graficzna skupia się na pojedynczym, dużym elemencie. Smak truskawkowy przedstawia jedną, dużą truskawkę tak, aby konsument mógł w prosty sposób odczytać dany smak lodów. Każdy smak ma przyporządkowany dla siebie jeden kolor: truskawkowy – czerwony, śmietankowy niebieski itd. Szata graficzna jest bardzo prosta w odbiorze i poprzez swoją czystość bardzo lekka. W Czarnych Kwadratach, czarny kolor

opakowań, którego większość producentów boi się używać przy produktach spożywczych, silnie wyróżnia opakowania w jasnych lodówkach/zamrażarkach sklepowych i mocno podkreśla zdjęcia produktów przedstawionych na opakowaniu. Postawiono tu na odwagę kolorystyczną i emocje związane z czystą, wysublimowaną grafiką. Cała uwaga skupia się na dwóch gałkach lodów z delikatnym akcentem kolorystycznym (truskawka, bakalie, czekolada itd.), w zależności od smaku. Każde opakowanie posiada spersonalizowany kod kreskowy w formie graficznego rysunku, co jest nowością na rynku polskim. Całość stanowi harmonię kształtów i barw. Do stworzenia grafiki i otrzymania spójnego efektu w całej linii graficznej wykonane zostały dość trudne pod względem technicznym sesje fotograficzne lodów. Odbywały się one z użyciem suchego lodu w postaci stałej i przy temperaturze około -60°C , gdzie należało zachować najwyższą ostrożność i przygotować szczególne narzędzia pracy (łyżki, itd.), wytrzymujące tak niską temperaturę. Pojemnik jest formowany wtryskowo, a etykiety wtopione techniką IML.