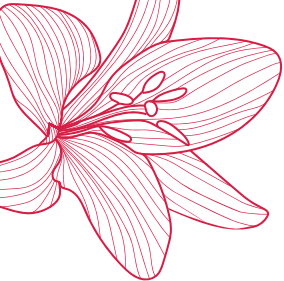




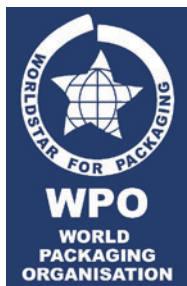
15

DOSSIER
2021



GOLDEN PIXEL AWARD

ART of PACKAGING uzyskał akredytację upoważniającą do przyznania w Polsce prestiżowej nagrody Golden Pixel za najlepiej wydrukowane i uszlachetnione opakowanie roku 2021. Nagroda ta przyznawana jest spośród wszystkich zgłoszonych opakowań do konkursu.



ART of PACKAGING jest certyfikowanym partnerem WPO. Zwycięzca ART of PACKAGING jest automatycznie nominowany do nagrody głównej światowego konkursu na najlepsze opakowanie - World Star, organizowanego przez Światową Organizację Opakowań WPO.





Najlepsze opakowanie roku!

ART of PACKAGING promuje i nagradza
najlepsze pomysły w sektorze projektowania
i produkcji opakowań.



Oktładka Dossier

Dossier i Plan Gali zostały wykonane dzięki uprzejmości naszych Partnerów. Dziękujemy!



storaenso

1. Okładka i Plan Gali wydrukowane zostały na kartonie Stora Ensocoat S2 240 G dostarczonego przez firmę Stora Enso.

nie zmieniłam
jeszcze
to albo usunąć
albo dać tu info
o zaproszeniu

Plan Gali

nie zmieniałam
jeszcze
to albo usunąć
albo dać tu info
o zaproszeniu

2. Druk offsetowy Dossier
i Planu Gali wykonany
przez firmę Lotos Poligrafia.



XV edycja

ART OF PACKAGING 2021

Zaprojektuj, Zadrukuj, Wyprodukuj

BIZNES, SZTUKA, MIASTO POZNAŃ, PROJEKTOWANIE, DESIGN, KNOW HOW, TECHNOLOGIA, PRODUKCJA, SPRZEDAŻ. To hasła, z którymi wiąże się XV edycja ogólnopolskiego konkursu na najlepsze opakowanie roku ART OF PACKAGING – Perły wśród Opakowań.

Jego ideą niezmiennie jest promowanie innowacyjności, kreatywności oraz konkurencyjności polskich opakowań na rynku krajowym oraz rynkach zagranicznych. Szukamy i wyławiamy perły 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. 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.

Czego szukamy?

Najlepszego opakowania roku w poszczególnych kategoriach w dwóch edycjach konkursu:

ART OF PACKAGING – Debiuty oraz ART OF PACKAGING – Professional. Wyłowimy 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.

Debiuty mają na celu promowanie i nagradzanie pomysłów młodych artystów w segmencie projektowania opakowań – studentów i absolwentów szkół i uczelni wyższych związanych z wzornictwem przemysłowym oraz projektowaniem opakowań; odkrycie i pokazanie nowych talentów oraz wyjątkowych w formie i wartości użytkowej opakowań. Przedmiotem konkursu jest wyłonienie najlepszego opakowania roku, które nie funkcjonuje jeszcze na rynku oraz zaprezentowanie potencjalnych możliwości wykorzystania go w praktyce. Nagrodzony zostanie najbardziej innowacyjny pomysł – projekt opakowania przedstawiony w formie wizualizacji i/lub zdjęć oraz prototypu jako wzoru doświadczalnego, będącego odwzorowaniem zaprojektowanego wyrobu zgodnie z przesłaną dokumentacją.

W edycji Professional można zgłaszać opakowania istniejące już na rynku; szukamy wyjątkowych form, wartości użytkowych i sztuki w opakowaniach. Nagradzamy twórcze, designerskie, innowacyjne, marketingowe, technologiczne i ekologiczne, a przede wszystkim funkcjonalne rozwiązania, zaspokajające gusta coraz bardziej wybrednych konsumentów. W edycji Professional może wziąć udział właściciel, producent lub projektant opakowania.

Organizatorem ART OF PACKAGING jest EUROPEAN MEDIA GROUP Sp. z o.o., wydawca m.in. miesięcznika branżowego PACKAGING POLSKA.

ART OF PACKAGING *DEBIUTY*

KATEGORIE:

- Opakowanie de Luxe (opakowanie premium, wykonane z kartonu)



- Opakowanie Urody (opakowanie kosmetyczne)



- Opakowanie Smakowite (opakowanie dla żywności)

- Opakowanie Pragnienia (opakowanie na mleko, sok i napój roślinny) – patrz Brief z opisem



- Opakowanie - Etykieta (projekt etykiety samoprzylepnej)



- Opakowanie Tekturowa Kreacja (opakowanie wykonane z tektury litej, falistej bądź mikrofalii) – patrz Brief z opisem



- Opakowanie Freestyle (dowolne opakowanie, które nie mieści się tematem w innych kategoriach)



- Opakowanie Pszczele (opakowanie na słoik miodu, broszurę i nasiona) – patrz Brief z opisem



- Opakowanie POS (Stand lub display POS do prezentowania produktów w miejscu sprzedaży - projekt lub wizualizacja graficzna)



WYRÓZNIENIE:



Wyróżnienie firmy Rosenthal

Wyróżnienie firmy Rosenthal: nagroda za innowacyjność opakowania wyłonionego ze wszystkich zgłoszonych do konkursu.

ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIE:

- **Opakowanie Premium**
(opakowanie kartonowe dla dóbr luksusowych)



- **Opakowanie Urody**
(opakowanie dla kosmetyków)



- **Opakowanie Smaku**
(opakowanie dla żywności)

- **Opakowanie Flekso**
(opakowanie lub etykieta w technologii flekso)



- **Opakowanie Pragnienia**
(opakowanie dla napojów)

- **Etykieta**
(etykieta na materiale UPM Raflatac)



- **Opakowanie Freestyle**
(dowolne opakowanie, które nie mieści się tematem w innych kategoriach)

- **Etykieta Cyfrowa**
(etykieta wydrukowane cyfrowo)



- **Opakowanie Tekturowa Kreacja**
(opakowanie wykonane z tektury litej, falistej bądź mikrofalnej) - patrz Brief z opisem



- **Opakowanie Cyfrowe**
(opakowanie wydrukowane cyfrowo)



- **Opakowanie z Szuflady**
Już nie Debiut, ale jeszcze nie Professional. Opakowanie – jego projekt lub prototyp – stworzone przez profesjonalistów, którego z jakichkolwiek względów nie wprowadzono na rynek, czyli nie zostało wdrożone do masowej produkcji.

- **Opakowanie POS**
(opakowanie ekspozycyjne bądź display promujące produkty w miejscu sprzedaży)

Opakowanie EKO (opakowanie ekologiczne, którego wyboru dokonuje Jury spośród wszystkich zgłoszonych do konkursu opakowań)



Nagroda Golden Pixel:

Prestiżowa nagroda za najlepiej wydrukowane i uszlachetnione opakowanie roku.

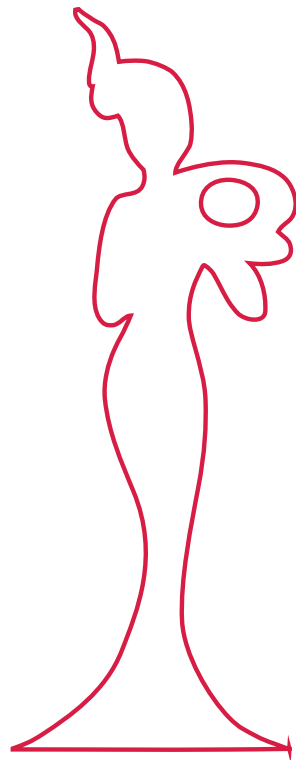
Nagroda przyznawana spośród wszystkich zgłoszonych opakowań do konkursu.



Jury

Innowacyjne, designerskie i świeże spojrzenie na ciągle rozwijający się sektor opakowaniowy to COŚ, czego poszukiwało Jury XIV edycji konkursu ART OF PACKAGING. Niezliczona ilość form, kształtów i wzorów, które można nadać materiałom, takim jak szkło, papier czy tworzywo sztuczne dały solidną dawkę kreatywności. Niezależnie, czy jest to pracujący w ciszy pracowni student czy burza mózgów w dużej firmie – Jury szukało Perły Wśród Opakowań!

Obrady Kapituły Jury odbyły się **19 lipca** 2021r. W pierwszym etapie Jury zapoznało się ze zgłoszonymi pracami, nominowanymi do obrad przez redakcję miesięcznika PACKAGING POLSKA. Następnie przyznano nominacje w każdej z kategorii konkursu – osobno w edycji Debiuty oraz osobno w edycji Professional. Na podstawie przyznanych punktów wyłonieni zostali zwycięzcy poszczególnych kategorii, a spośród nich jedno zwycięskie opakowanie – osobno w edycji Professional oraz osobno w edycji Debiuty, któremu przyznane zostało miano „Perła wśród Opakowań”. Wyróżnienia przyznali przedstawiciele firm będących Partnerami Konkursu. Oficjalne wyniki Konkursu na najlepsze opakowanie roku ogłoszone zostały podczas uroczystej Gali Finałowej – 20 września 2021!





Izabela E. Kwiatkowska

Absolwentka Akademii Ekonomicznej w Poznaniu w Katedrze Strategii Marketingowych i Uniwersytetu Carolus-Wilhelmina w Braunschweigu na Wydziale Prawa i Ekonomii. Prezes Grupy Medialnej EUROPEAN MEDIA GROUP działającej w całej Europie Środkowej i Wschodniej, wydającej różne publikacje, m.in. magazyn dla nowoczesnego przemysłu opakowaniowego – PACKAGING POLSKA. Członek Rady Polskiej Izby Opakowań, Członek Stowarzyszenia Dziennikarzy. Inicjator Galerii Opakowań – pierwszej ogólnopolskiej Wystawy Opakowań oraz konkursu ART OF PACKAGING. Konsul Honorowy Republiki Austrii w Poznaniu. Od 2000 roku zaangażowana w działalność charytatywną. Autorka wielu publikacji prasowych.



Ewa Kruk

Przez lata związana z marką jubilerską W.KRUK, obecnie wspiera i doradza firmie ANIA KRUK, którą rozwijają jej dzieci: Anna i Wojtek.

Ewa Kruk pracowała przy powstawaniu kolekcji wizerunkowych jako konsultant i doradca. Czuwała nad projektowaniem wzorów i wprowadzaniem nowych kolekcji biżuterii. Bierze udział w międzynarodowych targach branżowych podpatrując nowe tendencje w światowej sztuce jubilerskiej. W latach 1997-2002 Prezes Towarzystwa Przyjaciół Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu, współpracuje z Fundacją Ochrony Zabytków Wielkopolski, Towarzystwem Wieniawskiego; wspiera instytucje charytatywne.



dr hab. Marta Smolińska, prof. UAP

Historyczka i krytyczka sztuki; w latach 2003-2014 adiunkt w Zakładzie Historii Sztuki Nowoczesnej w Katedrze Historii Sztuki i Kultury UMK w Toruniu; od 1.X.2014 profesorka w Katedrze Teorii Sztuki i Filozofii na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu; trzykrotna stypendystka Fundacji na rzecz Nauki Polskiej; stypendystka DAAD na Uniwersytecie Humboldta w Berlinie (2012); laureatka fellowship w Graduierten Schule für Ost- und Südosteuropastudien an der Ludwig-Maximilians-Universität w Monachium (2014) oraz w Stiftung Hans Arp w Berlinie (2015); członkini AICA; kuratorka wystaw sztuki współczesnej; autorka książek: „Młody Mehoffer” (Kraków 2004), „Puls sztuki. OKOło wybranych zagadnień sztuki współczesnej” (Poznań 2010), „Otwieranie obrazu. De(kon)strukcja uniwersalnych mechanizmów widzenia w nieprzedstawiającym malarstwie sztalugowym II połowy XX wieku” (Toruń 2012) oraz „Julian Stańczyk. Op art i dynamika percepcji” (Warszawa 2014); autorka wielu rozpraw z historii sztuki i tekstów krytycznych (publikowanych m.in. na łamach „Artium Quaestiones”, a także „Arteonu”, „Artluka”, „Exit”).



Michael Seidl

Asolwent Wyższej Szkoły Graficznej we Wiedniu. Z branżą poligraficzną związany jest od ponad 25 lat. Swoją zawodową karierę związał z działalnością wydawniczą. W 1990 roku stworzył czasopismo branżowe PRINT & PUBLISHING, ukazujące się do dziś i mające swoje międzynarodowe redakcje. Uznany dziennikarz branżowy, twórca licznych publikacji. Członek licznych organizacji branżowych. Zasiada w wielu komisjach konkursowych związanych z tematyką poligraficzną. Pomysłodawca i organizator austriackiego konkursu Golden Pixel.



prof. dr hab. Ewa Jerzyk

zatrudniona w Katedrze Strategii Marketingowych na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Autorka ok. 90 publikacji naukowych dotyczących komunikacji marketingowej. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się na następujących obszarach: design i opakowanie w komunikacji marketingowej, kreatywność i innowacyjność w marketingu, zachowania nabywców. Jest ekspertem w interdyscyplinarnym zespole Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego Index Plus. Od wielu lat prowadzi badania na temat strategii opakowań i designu. Obecnie zajmuje się wykorzystaniem metod nauromarketingowych do badań konsumenckich.



Prof dr hab. Marek Adamczewski

Absolwent Państwowej Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Gdańsku na Wydziale Projektowania Plastycznego (kierunek Wzornictwo Przemysłowe). W 1974 roku wygrał konkurs na asystenta na Wydziale Projektowania Plastycznego PWSSP w Gdańsku, w której to uczelni pod obecną nazwą Akademia Sztuk Pięknych pracuje do dziś. Oprócz dydaktyki (matura w Liceum Pedagogicznym, promotor ponad 30 prac dyplomowych) zajmuje się projektowaniem w zakresie szeroko rozumianego designu. Są to obudowy i konstrukcje sprzętu oświetleniowego i elektronicznego, opakowania, a przede wszystkim tzw. kompleksowe opracowania wzornicze produktu. Szczególnie skomplikowanymi strukturami, w projekto-

waniu których uczestniczy od kilku lat, są pojazdy szynowe. Kierownik Pracowni Projektowania Produktu w Katedrze Wzornictwa ASP w Gdańsku, wykładowca na Podyplomowym Studium Design Management IWP-SGH w Warszawie. Były prorektor d/s studenckich i dziekan na ASP w Gdańsku, członek Rady Użytkowników TASK Gdańsk, członek Zarządu Stowarzyszenia Gedanensis.



Prof. dr hab. Małgorzata Wyszogrodzka - Trzcinka

Absolwentka PWSSP w Łodzi. Dyplom uzyskała na Wydziale Ubioru i Tkaniny. Od 1975 roku do chwili obecnej jest pracownikiem dydaktycznym macierzystej Uczelni (od 2003 roku na Wydziale Form Przemysłowych, a obecnie na Wydziale Wzornictwa i Architektury Wnętrz). Profesor zwyczajny. Kierownik Pracowni Podstaw Projektowania. Realizowane formy działalności twórczej to: wzornictwo przemysłowe, tkanina unikatowa. Autorka 15 wystaw indywidualnych. Brała udział w ponad 150 zbiorowych wystawach międzynarodowych, wystawach sztuki polskiej za granicą, wystawach ogólnopolskich i regionalnych. Komisarz wystaw i plenerów, juror wielu konkursów.



Prof. dr Ireneusz Kuriata

Grafik, wykładowca. Zajmuje się projektowaniem graficznym w dziedzinie plakatu, form wydawniczych oraz znaku i form identyfikacyjnych. Uzyskał dyplom licencjacki w Wyższej Szkole Sztuki Użytkowej w Szczecinie w Pracowni Plakatu w 1998. Dyplom magisterski uzyskał w WSSU w Szczecinie w Pracowni znaków i form identyfikacyjnych w 2001. Doktorat zdobył w Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu w roku 2008, a habilitację na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu w roku 2013. Obecnie pracuje na stanowisku profesora Akademii Sztuki w Szczecinie oraz jest dziekanem Wydziału Sztuk Wizualnych.

Wykłada w Katedrze Grafiki Projektowej gdzie jest kierownikiem Pracowni Projektowania Znak i Typografii



Prof. Jacek Ojrzanowski

Dyrektor Instytutu Wzornictwa Politechniki Koszalińskiej. Do 2005 roku dziekan Wydziału Wzornictwa Przemysłowego ASP w Łodzi, w latach 1999-2008 przewodniczący i wiceprzewodniczący Rady Naukowej Instytutu Wzornictwa w Warszawie, wiceprzewodniczący Stowarzyszenia -Art Designe Society- w Łodzi. Absolwent Wydziału Grafiki Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznej w Łodzi oraz Wydziału Form Przemysłowych ASP w Łodzi, kierownik Pracowni: Projektowania Produktu, Środków Transportu, Komunikacji Wizualnej. Ekspert Sądowy w dziedzinie wzornictwa przemysłowego. Projektant produktu i komunikacji wizualnej.



dr hab. Marta Płonka, prof. ASP

Prorektor ds. naukowych i współpracy z podmiotami zewnętrznymi ASP we Wrocławiu. W 2005 r. ukończyła studia na wydziale Architektury Wnętrz i Wzornictwa ASP we Wrocławiu. Od 2006 r. prowadzi własną działalność gospodarczą MP Design Marta Płonka. W pracowni graficznej zajmuje się kreowaniem tożsamości wizualnej marki, projektowaniem systemów identyfikacji wizualnej oraz opakowań. Współpracuje z firmami i instytucjami m.in.: Politechnika Wrocławska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Dolnośląskie Centrum Medyczne Dolmed, Galeria Wnętrz DOMAR, Narodowe Centrum Kultury, Kghm Cuprum Centrum Badawczo-Rozwojowe, Dolnośląski Urząd Wojewódzki.



Prof. dr hab. Tomasz Matuszewski

Prof. zw. UAP Tomasz Matuszewski jest absolwentem Państwowej Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych w Poznaniu (1964-1970), obecnie Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu, na którym wykłada od 40 lat. Poza działalnością edukacyjną, Profesor angażuje się w szereg inicjatyw poza murami uczelni, m.in. zasiadał w Radzie Programowej dla kierunku wzornictwa powołanej przez Ministerstwo Kultury i Sztuki (1988), jest członkiem Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych, Przewodniczącym Sądu Konkursowego Złotego Medalu Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz członkiem jury ogólnopolskiego konkursu ART OF PACKAGING Perły Wśród Opakowań. W dorobku artystycznym Profesora należy wyróżnić takie projekty, jak: szereg lamp rowerowych dla Zakładów Rowerowych „Romet” w Bydgoszczy (we współpracy z Jadwigą Filipiak), detale wyposażenia wagonu specjalnego (salonki) produkowanego przez Zakłady Metalowe H. Cegielskiego w Poznaniu dla Iraku, słuchawki nagłowne w wersji popularnej, profesjonalnej i specjalnej dla reporterów i telefonistek dla Fabryki Głośników Unitra-Tonsil we Wrześni, projekt graficzny składów pociągów osobowych i pospiesznych, expressowych oraz Inter City dla Zakładów Metalowych H. Cegielski w Poznaniu czy opakowania na produkty kosmetyczne firmy Pollena Lechia w Poznaniu.



dr Dobrochna Mruk-Tomczak

Adiunkt w Katedrze Marketingu Produktu na Wydziale Towaroznawstwa Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Zarówno wieloletnie doświadczenie biznesowe, jak i zainteresowania naukowe skupiają się wokół szeroko rozumianego marketingu, komunikacji w biznesie czy zarządzania produktem na różnych rynkach. Przez wiele lat była związana z Grupą Medialną AMS, następnie z firmą Fortis sp. z o.o., zawsze w obszarze marketingu. Obecnie w pracy dydaktycznej wykorzystuje własną wiedzę praktyczną, realizując zajęcia ze studentami w obszarze komunikacji marketingowej, promocji, zarządzania i oceny produktu, zarządzania marką m.in. na rynku żywnościowym i kosmetycznym, pozostając nadal w kontakcie z wieloma przedsiębiorstwami.



Dr Mieczysław Piróg

W latach 1968 – 1974 studiował na Wydziale Form Przemysłowych, Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie w Katedrze Komunikacji Wizualnej, pod kierunkiem prof. Ryszarda Otręby. Przez kilka lat, jako projektant form przemysłowych pracował w Fabryce Wagonów PAFAWAG we Wrocławiu. Od 1977 roku pracuje w Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, początkowo w Katedrze Grafiki, a następnie w Katedrze Wzornictwa Przemysłowego. W latach 1996 – 2002 pełnił funkcję dziekana Wydziału Architektury Wnętrz i Wzornictwa, a od roku 1998 prowadzi dyplomującą Pracownię Komunikacji Wizualnej – kierunek wzornictwo. W swojej pracy projektowo-artystycznej zrealizował wiele indywidualnych i zespołowych tematów z zakresu: projektowania form przemysłowych, a przede wszystkim komunikacji wizualnej i wystawiennictwa oraz fotograficznych zapisów o nazwie PIROgrafy.



dr hab. Krzysztof Kwiatkowski

Ukończył studia w Wyższej Szkole Sztuk Plastycznych w Poznaniu. Dyplom robił w pracowni prof. Tomasza Matuszевского na Wydziale Architektury Wnętrz i Wzornictwa Przemysłowego. W 2009 roku uzyskał stopień doktora na Wydziale Grafiki i Komunikacji Wizualnej na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu, a w 2020 roku uzyskał habilitację. Jest wykładowcą i kierownikiem Pracowni Projektowania Opakowań. Pracuje przy licznych projektach produktu m.in. siedziska do środków transportu publicznego, opakowań, grafiki wydawniczej, identyfikacji wizualnej. Uzyskał nagrodę Top Design za projekt wdrożonego fotela kolejowego Apollo.



dr Marta Działdziora

Doktor w dziedzinie sztuk pięknych. Prodziekan Wydziału Sztuk Wizualnych Akademii Sztuki w Szczecinie. Kuratorka Galerii R+. Prowadząca Pracownię Grafiki Interaktywnej. Absolwentka Wydziału Sztuk Pięknych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (Grafika oraz Ochrona Dóbr Kultury). W 2013 odbyła staż naukowo-dydaktyczny w Telemark University College Faculty of Arts, Design and Traditional Arts w Notodden w Norwegii. W 2004 studia w Saimaa University of Applied Sciences na wydziale Visual Arts w Finlandii. Autorka wielu wystaw indywidualnych. Brała udział w wystawach zbiorowych za granicą i w kraju, m.in. w Kanadzie, Bułgarii, Chorwacji, Belgii, Serbii, Gruzji, Chinach, Grecji, Japonii, Niemczech, na Węgrzech, a także w m.in. w Łodzi, Krakowie, Toruniu, Bydgoszczy, Ostrowie Wielkopolskim, Kielcach, Katowicach, Białymstoku, Rzeszowie. Kuratorka wielu wystaw za granicą i w kraju, m.in. w Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu” w Toruniu. Przez wiele lat związana z Fundacją Tumult, organizatorem festiwalu Camerimage – Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych. Pracowała przy produkcji filmu „W ciemności” w reżyserii Agnieszki Holland.



dr Rafał Dobruchowski

W 2012 uzyskał tytuł doktora na ASP we Wrocławiu. Obecnie jest dyrektorem Instytutu Wzornictwa na ASP w Łodzi.



PATRONAT HONOROWY:



POZnań*



MECENAT KULTURALNY:



ORGANIZATOR:



PARTNERZY:



ICE TEAM



PATRONATY MEDIALNE:



PARTNER GŁÓWNY:

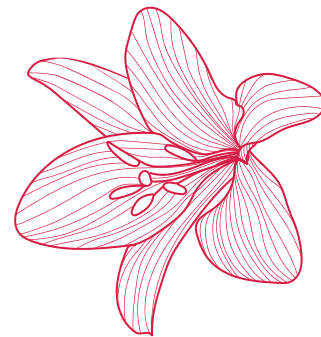
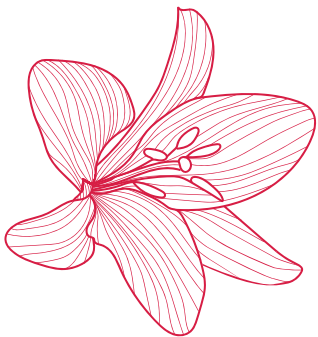


PARTNERZY ZŁOCI:



PARTNERZY SREBRNI:





ART OF PACKAGING **DEBIUTY**





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *de* LUXE

PARTNER

 **HEIDELBERG**





Arigato

Opakowanie prezentowe na japońską herbatę

Projektant: Katarzyna Malinowska
Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi

Arigato (jap. dziękuję) to eleganckie opakowanie na japońską herbatę. Projekt jest inspirowany japońską prostotą i prestiżem. Papier z wtrąceniami złota, jak również złote koło (bezpośrednio nawiązujące do flagi Japonii) i dekoracyjna banderola współgrają tworząc dekoracyjne opakowanie do aromatycznej herbaty. Opakowanie ma zachęcać do wyrażenia komuś wdzięczności i podzielenia się radością. Jest to opakowanie prezentowe, które ma wyglądać reprezentacyjnie zarówno przed otwarciem jak i w trakcie użytkowania. Zaproponowano trzy wersje kolorystyczne dla trzech gatunków herbaty - gyokuro, sencha, kukicha. Opakowanie pełni funkcję reprezentacyjną, jak i użytkową – im mniej herbaty, tym bardziej można złożyć pudełko.

Torebka – papier SH Recycled z wtrąceniami złota, od wewnątrz folia przeznaczona do kontaktu z żywnością w złotym kolorze. Uszlachetnienie złotą folią. Banderolki drukowane na kalce.

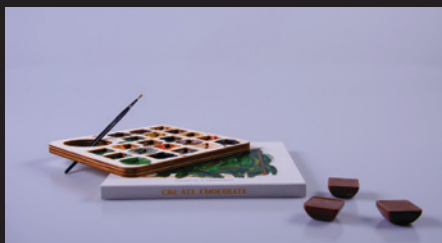
Opakowanie de Luxe

Części samochodowe

Projektant: Krystian Kurlej
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Opakowanie niedrogie w wykonaniu, a mimo to dodające prestiżu samemu produktowi. Części samochodowe nie słyną ze zbyt dobrych opakowań. Celem mojego opakowania jest podniesienie tej poprzeczki. Opakowanie nie jest trudne w opakowaniu oraz jest minimalistyczne. Części zazwyczaj są używane w zabrudzonych smarem lub podobnymi substancjami miejscach. Oczywistym jest, że brudne opakowanie nie wygląda dobrze, a ciemny kolor pomoże temu zapobiec. Dla zachowania estetyki w takim opakowaniu wystarczy sama grafika. Dlatego niepotrzebne są tutaj inne materiały poza zwykłą teksturą.





Cre-ate chocolate

Opakowanie na czekoladę

Projektant: Gabriela Żeludziejewicz
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Projekt łączy przyjemność jedzenia z kreatywnością. Skierowany jest do konsumentów zainteresowanych sztuką. Wewnątrz opakowań znajdują się reprodukcje obrazów wraz z proponowaną paletą kolorystyczną, zachęcające do stworzenia własnego dzieła. Po zjedzeniu produktu wytłoczka po czekoladkach może pełnić funkcję palety malarskiej. Zaprojektowane opakowanie przeznaczone jest głównie na czekoladę w postaci pojedynczych kostek. Po zjedzeniu produktu, opakowanie można rozłożyć i pomalować znajdującą się wewnątrz reprodukcję. Wytłoczka po czekoladkach może pełnić funkcję palety malarskiej. Siatka opakowania jest tak zaprojektowana, żeby przy jego zamykaniu konsument był zmuszony do lekkiego wysiłku manualnego.

Opakowanie: niepowlekany papier ekologiczny o gramaturze 250–300 g. Istotne jest, aby papier nie był zbyt ciemny. Paleta: ekologiczny, wodoodporny, nietoksyczny materiał, który można poddać tłoczeniu oraz wycinaniu. Preferowane: sprasowane otręby pszenne.

Bauhaus czekoladki

Opakowanie na czekoladki

Projektant: Daria Chylińska
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Projekt Swoim projektem chciałam uczcić pamięć jednej z największych i najbardziej wpływowych szkół designu, jakie powstały. Wybrałam czekoladki, ponieważ jest to rzecz ogólnodostępna, którą najczęściej wybieramy na prezent lub osłodzenie sobie czasu. Opakowanie na czekoladki, zamykane jednostronnie na magnes, posiada w środku czekoladki w osobnych opakowaniach, które tworzą modułową siatkę. Można je przekładać i układać jak tylko ma się ochotę. Zawarłam w tym jedną z zasad designu Bauhausu, czyli właśnie modułowość. Do każdego koloru jest przypisana odpowiednia grupa smaków czekoladek.

Wykorzystany materiał to tektura jednostronnie bielona 400 gram oklejona odpowiednią grafiką.





Oto Ota

Opakowanie dla wysokiej jakości herbat ziołowych

Projektant: Klaudia Pala-Bizoń

Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach

Projekt opakowań dla wysokiej jakości herbat ziołowych inspirowany maoryskim tatuażem. Znalazł się on w key visual'u marki w uproszczonej, przetworzonej formie wpisanej w kwadrat. Każde zioło ma swoje działanie, podobnie jak każdy wzór tatuażu ma swoje znaczenie. Ta analogia pozwoliła stworzyć zestaw patternów, które zdobią opakowania. Kolory pudełek też nie są przypadkowe – każdy kolor ma swoje znaczenie, które odzwierciedla przeznaczenie herbaty. Sześcienny kształt jest wygodny do ekspozycji w sklepie i praktyczny pod względem logistyki, nawiązuje też do key visualu marki. Niewycięte elementy, widoczne po otwarciu, są zasłoną, która nadaje poczucie chwili tylko dla siebie. Opakowanie prezentowe (złożone) nie sprawia problemów w transporcie, nie zajmuje dużo miejsca, a jego mechanizm jest komfortowy w użyciu. Pozwala skomponować zestaw trzech herbat.

Wykorzystano kolorowe kartony barwione w masie o gramaturze 290 g/m², pokryte folią soft touch. Nadruki podkreślają ekskluzywny charakter – patterny nadrukowano techniką Liquid Metal, a pozostałe elementy białym tuszem.

Miód naturalny

Opakowanie przeznaczone do przechowywania miodu

Projektant: Aleksandra Pałgan

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Pszczoły i inne owady zapylające odgrywają kluczową rolę w naszym ekosystemie, dlatego tak ważna jest ich ochrona. W pracy przedstawiono walory estetyczne. Zestaw zawiera 3 rodzaje opakowań: miód spadziowy, akacjowy i rzepakowy. Całość dopełniają elementy, których zadaniem jest nie tylko poprawny wygląd, ale także spełnienie funkcji ochronnej. Węza pszczoła stanowi tu idealne zabezpieczenie przed przemieszczaniem się słoików oraz oddaje ideę opakowania. Całość dopełnia grafika w postaci złotej pszczoły na opakowaniu oraz czarnego stempla widocznego na wieczku słoików. Ceniąc sobie ochronę środowiska opakowanie zostało wykonane bez użycia kleju oraz bazując na prostych, jednoelementowych siatkach. Opakowanie spełnia doskonale funkcję ochronną oraz promocyjną. Może służyć jako opakowanie prezentowe.

Karton, szklane słoiki, węza pszczoła, uszlachetnienia w postaci złotej folii.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *ETYKIETA*

PARTNER

UPM RAFLATAC





„Kiedy dorosnę zostanę...”

Naturalne soki owocowe

Projektant: Marta Czepczor
Akademia Sztuk Pięknych we Wrocławiu

Etykieta powstała z myślą o dzieciach w wieku 10-12 lat. Komiksowa stylistyka nadaje postaciom wykonującym pospolite zawody charakter super-bohaterów, którzy walczą o lepsze jutro. Zawody posiadają wersję męską i żeńską głównego bohatera. Komiks ma przyciągnąć i zaintryguować odbiorcę. Naklejka znajdująca się pod etykietą zachęca użytkownika, by oddzielił papierową etykietę od szklanej butelki. Etykiety zachęcają potencjalnego odbiorcę, rodzica opiekuna, lub dziecko do zakupu naturalnego soku owocowego.

Papier strukturalny

Femaid

Etykieta na serię win dla kobiet

Projektant: Marta Murawska
Akademia Sztuki w Szczecinie

Seria składa się z czterech etykiet utrzymanych w minimalistycznej, acz wyrazistej estetyce. Każda z nich dedykowana jest konkretnej sytuacji życiowej, a przeznaczenie butelki przedstawione jest w formie uproszczonego piktogramu. Etykieta dzięki personalnemu charakterowi, stawia butelkę wina w roli wyrozumiałej i dodającej odwagi „przyjaciółki”. Ma za zadanie służyć pomocą wszystkim kobietom w okolicznościach takich jak złamane serce, bóle menstruacyjne, stres przedrandkowy czy wieczorne wyjście z dziewczynami.

Papierowa naklejka samoprzylepna o wysokim połysku.





Letnie piwo

Piwo bezalkoholowe

Projektant: Agnieszka Rosołowska
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Seria etykiet piw wakacyjnych. W ilustracjach wykorzystano motyw plaży i kultowy element bałtyckich wakacji – parawan. Seria składa się z nazw popularnych nadmorskich miejscowości. Letnie piwo ma przywoływać u konsumenta wakacyjne wspomnienia i uczestniczyć w tworzeniu tych nowych.

Etykieta samoprzylepna.

Milk Drop

Etykieta na butelkę od mleka

Projektant: Inga Pawelec
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Etykieta przygotowana z myślą o przyjemnym, wyróżniającym się designie oraz mająca na celu podkreślić wyrażnie rodzaj mleka, jaki zawiera dana butelka, ułatwiając dobór pod własne preferencje bądź w przypadku alergii.

Folia samoprzylepna przezroczysta z czarnym nadrukiem, szklana butelka na mleko.





Geovine

Etykiety na wina

Projektant: Olaf Stachurski
Akademia Sztuki w Szczecinie

Geovine to zestaw etykiet dla wina. Projekt składa się z dwóch etykiet. Zewnętrznej pokrytej izoliniami, która celowo jest naderwana. Ma wzbudzić ciekawość odbiorcy, by zerwał ją i odkrył wewnętrzną etykietę przedstawiającą zdjęcie satelitarne regionu winnicy, z której pochodzi wino. Obie warstwy pokrywają się ze sobą tworząc dopełniającą się całość. Zestaw jest przeznaczony dla win czerwonych, białych i musujących. Bardziej dla winnic mniej komercyjnych. Etykieta samoprzylepna na wewnętrznej warstwie, zewnętrzna z papieru ekologicznego/ z recyklingu gramaturze ok. 80g lub kalki, która zdradzi odrobinę co kryje się pod spodem.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *FREE STYLE*

PARTNER





Zestaw ochronny Szach Mat Koronawirusie

Opakowanie na maseczki wielokrotnego użytku

Projektant: Magdalena Bacharz
Politechnika Śląska

Design projektu ekologicznego opakowania na maseczki wielokrotnego użytku nawiązuje do partii szachów, którą nieustannie toczy z rozprzestrzeniającym się po całym świecie koronawirusem. Nazwa produktu oraz szachownica wskazują, że aby zablokować rozprzestrzenianie się wirusa musimy chronić siebie oraz innych, nie zapominając przy tym o ekologii. Zestaw ochronny został stworzony w celu higienicznego i wygodnego przechowywania maseczek wielokrotnego użytku. Saszetki w różnych wymiarach i kolorze umożliwiają zarówno osobom widzącym, jak i słabowidzącym wygodne przechowywanie maseczek (zarówno tych czystych i używanych czy zużytych), które towarzyszą nam każdego dnia.

Materiałem, który został wykorzystany do wykonania zestawu ochronnego jest papier w kolorze czarnym i szarym. Paski szer. 6 mm wykonano w niszczarce do papieru i przepleciono między sobą tworząc eleganckie ekologiczne etui.

Grymaski

Seria opakowań na maseczkę materiałową dla dzieci

Projektant: Wojciech Zabel
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Grymaski to seria opakowań na maseczkę ochronną dla dzieci w wieku 6-9 lat. Ma na celu zwiększenie bezpieczeństwa najmłodszych poprzez zapoznanie ich z „nową normalnością” podczas trwania pandemii. Grafika opakowań nawiązuje do fantastycznych potworków z super mocami, gdzie każdy element opakowania jest częścią korpusu tytułowego Grymaska. W opakowaniu znajduje się maseczka z unikalnym nadrukiem oraz warstwa edukacyjna w postaci prostej gry planszowej i plakatu z zasadami bezpieczeństwa. Dodatkowo w tylnej części został nadrukowany kod QR przenoszący do filmiku promocyjnego na YT (animacja z lektorem). Całość jest przystosowana do idei upcyclingu.

Kaszerowany papier KeyKolour 300g (prototyp) + bawełna i nadruk na maseczki zabezpieczone folią PP.





Chlup!

Opakowania soków owocowych

Projektant: Julia Zwolińska
Akademia Sztuk Pięknych we Wrocławiu

Etykiety Chlup! To projekt dla wymagowanej marki JustJuice, produkującej soki z naturalnych składników. Trzy wersje etykiet przywodzą na myśl minimalizm, jednak po bliższym przyjrzeniu się można dostrzec sylwetki sportowców, typografię wzorowaną na maszynowej oraz oryginalnie wyciętą krawędź na kształt fali. Sprawia to wrażenie jakoby czarno – biali sportowcy pluskali się w soku z butelki. Projekt etykiet znajduje zastosowanie na szklanych butelkach o pojemności 300ml. Dzięki ciekawemu projektowi, a zarazem klarownemu layoutowi, nie tylko zwraca uwagę konsumenta, ale również daje nieograniczone możliwości przy potencjalnym rozwoju linii etykiet.

Wykorzystanym w projekcie materiałem jest matowa folia samoprzylepna.

Diy Tea

Opakowanie na herbatę

Projektant: Dawid Fik
Akademia Sztuki w Szczecinie

Diy Tea to projekt opakowań na pięć rodzajów herbat, które przypominają o czerpaniu z różnorodności życia. Projekt zakłada osiągnięcie dobrostanu psychicznego, w rozumieniu wykonywania dowolnej czynności, bez spektakularnych oczekiwań. Herbata jako napar jest rodzajem sposobu ukojenia nerwów i motywem uważnego wykonywania czynności. Projekt łączy w sobie elementy warsztatu i przyjemności, który pozwala na własnoręczne złożenie pojemnika z modułów. Projekt składa się z 2 elementów. Pierwszym jest główne opakowanie, zawierające wszystkie potrzebne informacje. Kolejnym jest pojemnik do samodzielnego złożenia, w którym znajdują się sypana herbata. Moduły tworzące pojemnik można sprowadzić do roli puzzli, które będą zajmować nasze ręce podczas chwili parzenia herbaty. Opakowanie po wykorzystaniu można adaptować na własne potrzeby (pojemnik, abażury). Po zebraniu zestawu lub znacznej jego części, można ułożyć totem, przypominający jak ważny jest spokój.

Papier barwiony w masie 700g/m². Tektura falista 1,5mm i 3mm.





Opakowania dla Bydgoszczy

Seria opakowań promocyjnych dla miasta Bydgoszcz

Projektant: Karolina Gdaniec
Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu

Pomysł zaprojektowania „Pakietu z Bydgoszczy” powstał pod wpływem chęci ulepszenia i uspójnienia wizerunku miasta oraz stworzenia produktów, które będą nośnikami promocji i identyfikacji miasta. Celem projektu jest również zachęcenie przyjezdnych gości do odwiedzenia miejsc, z których pochodzą dane produkty, jak również zobaczenia tych, które w ilustracyjny sposób zostały przedstawione na opakowaniach. Opakowania zostały przygotowane w taki sposób, aby były jak najbardziej funkcjonalne, łatwe i szybkie w składaniu, użyciu jak i w późniejszym transporcie. Zależało mi na zaprojektowaniu atrakcyjnej, ale jednocześnie prostej formy, której proces wytwarzania byłby na tyle łatwy, aby mógł zostać później wdrożony do produkcji przez władze miasta.

Opakowania zostały wykonane z mikrofali i kolorowego papieru.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *POS*

PARTNERZY



grafika





Wino - z - Piwnicy

Wino w butelkach 750ml

Projektant: Marek Powiecka
Politechnika Śląska w Gliwicach

Murowane, ceglane piwnice do przechowywania i produkcji wina. Charakterystyczne ciągnące się pod ziemią wąskie i ciemne pomieszczenia o niepowtarzalnym klimacie. Świadome i przekorne wykorzystanie piwnicy, a nie popularnej winnicy w ciepłym i słonecznym południowym kraju. Montaż oświetlenia zasilanego energią ze świetlówek sklepowych za pomocą ogniwa fotowoltaicznego – model pokazuje ideę działania, lecz w rzeczywistości po modyfikacji instalacji, oświetlenie POS działa jako przekaźnik światła bez czujnika zmierzchu i akumulatora, doświetlając zacienioną piwniczkę tylko podczas zapalonego oświetlenia sklepu. Atmosferę tajemniczości uzyskano poprzez montaż oświetlenia – punkt świetlny można wykonać w formie klasycznego kaganka, lampy naftowej lub oświetlenia przemysłowego, zbrojonego siatką ochronną. Podobnie ściankę tylną, cegła, piaskowiec itp... Wrażenie większej przestrzeni uzyskano poprzez iluzję naprzeciwległych folii lustrzanych. Posadowienie i zaczep do palety CHEP 400x600mm. Wysokość ok.1800mm. Materiał ścianek i półek: tektura. Materiał wykończeniowy: powierzchnie ścianek zewnętrznych – nadruk fotograficzny / sitodruk; ścianki wewnętrzne: tylna – nadruk wypukły, natryskowy lub tapeta celulozowa, ścianki boczne – folia lustrzana naklejona na tekturze.

Eco-Life

Reklamowy zestaw opakowań dla kosmetyków

Projektant: Anna Wachholz
Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi

Koncepcją mojego projektu jest stworzenie trzech miniaturowych opakowań. Ważnym aspektem projektu jest ekologia. Zdobienia na opakowaniu są nieprzypadkowe - liście kojarzą nam się z naturą i otaczającym nas środowiskiem. Moim celem było stworzenie opakowania, które byłoby użyteczne i ekologiczne, a przede wszystkim wiarygodne, by klient patrząc na produkt w nim prezentowany od razu skojarzył go z byciem „eko”. Opakowania są stworzone z myślą o kosmetykach. Zielone i pomarańczowe opakowanie ma miejsce na żel do mycia, szampon i krem, a fioletowe jedno dodatkowe miejsce na krem. Opakowanie posiada między innymi następujące funkcje: ochronna (przechowywanie produktu), ekologiczna (wykorzystany materiał), informacyjna (kolory odpowiadają grupom wiekowym), marketingowa (może być wykorzystane w reklamie).

Przekładki tekturowe. Tektura falista o grubości 1.5mm. Materiał jest tani, lekki, efektywny, wytrzymały oraz estetyczny.





Xcrem POS

Produkt kosmetyczny typu krem

Projektant: Michał Polakowski
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Xcrem POS jest to projekt ekspozytora który ma przyciągać uwagę w sklepie typu drogeria. Wysokość ekspozytora została zaprojektowana ergonomicznie oraz na wysokości oczu potencjalnego klienta. Ekspozytor ma funkcje wystawienniczą, jest on elementem wyróżniającym produkt w sklepie oraz podnosi atrakcyjność ekspozycji wybranej marki. Proponowany materiał to tektura falista o różnych grubościach. Elementy widoczne zabezpieczone folią z grafiką.

Green tea

POS na zieloną herbatę

Projektant: Laura Gmyrek
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Stand sklepowy typu kosz służący do ekspozycji opakowań z zieloną herbatą. Użytkownik wyciąga produkt wprost z kubka, w którym znajduje się przygotowany napój. POS do zastosowania w sklepach oraz większych marketach. Można go łatwo przenosić oraz uzupełniać zapas towaru. W projekcie wykorzystano transparentne tworzywo sztuczne pokryte kolorowym drukiem.





„Fajfoklok” **POS na „Herbatę koszyczkową”**

Projektant: Małgorzata Kosicka
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Fajfoklok – na zegarze wybiła godzina piąta po południu, to najwyższa pora na podwieczorek, zaparzenie „Herbaty koszyczkowej” i udanie się na dancing. Motyw graficzny koszyczka do szklanki herbaty na opakowaniu POS i produkcie jest herbacianą podróżą do czasów PRL.

Dwustronny POS na „Herbatę koszyczkową” z tektury falistej lub materiału drewnopochodnego.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA **PRAGNIENIA**

PARTNER





Eko? Logicznie

Opakowania na napój, sok i mleko

Projektant: Ewa Brudzińska, Zuzanna Ornacka
Wyższa Szkoła Europejska w Krakowie

Projekt to hołd dla ideologii zero-waste. Każda strona opakowania, jest w pełni zagospodarowana. Front pełni funkcję reprezentatywną. Lewa strona z eco ilustracjami, ma przekazać wartość zilustrowanych komunikatów tym najmłodszym i najstarszym. Tył, pełni funkcję edukacyjną, przybliżając ciekawostki i fakty na temat wybranych składników. Prawy bok, zawiera grę, która ma dać kartonowi drugie życie. Projekty będą pro-ekologicznymi opakowaniami na mleko i napoje. Opakowania te, mają edukować, bawić i przemawiać do odbiorców w każdym wieku, zwracając uwagę na problem ochrony środowiska. Uszlachetnienia zastosowane, tj.: tłoczenie wypukłe 3D, są ekologicznymi zamiennikami, dla takich uszlachetnień jak złocenia, czy lakiery i podkreślają dodatkowo pro ekologiczny wymiar projektów. Nadruk na podłożu wskazanym przez SIG. Dodatkowo: front-tłoczenie 3D wypukłe napisy i grafiki, wydruk w kolorach Pantone. Dodatkowo: na kartonie bez bielenia, biały poddruk plus Pantone.

Seria opakowania Vibe

Sok pomarańczowy, mleko, napój owsiany

Projektant: Olaf Stachurski, Dawid Fik
Akademia Sztuki w Szczecinie

Koncepcją Vibe to seria opakowań na napoje (sok pomarańczowy, mleko i napój owsiany), charakteryzująca się dużą świadomością ochrony środowiska i promująca tego typu działań. Całość odnosi się do przejrzystej i atrakcyjnej komunikacji wybranych zalet ekologicznych elementów opakowań kartonowych. Projekt stworzony przy użyciu mocnych kolorów i ciekawej typografii nawiązujących do lat 70. Przy większej ilości wariantów smakowych, łatwo można zbudować cały system kolorystyczny.





Seria opakowania „ilu”

Sok pomarańczowy, mleko, napój owsiany

Projektant: Dawid Fik, Olaf Stachurski
Akademia Sztuki w Szczecinie

Ilu to seria ilustrowanych opakowań na napoje (sok pomarańczowy, mleko i napój owsiany), charakteryzująca się dużą świadomością ochrony środowiska i promocją tego typu działań. Projekt stworzony przy użyciu prostych ilustracji i ciekawego układu typograficznego. Całość odnosi się do atrakcyjnej komunikacji wybranych zalet ekologicznych elementów opakowań kartonowych.

Seria Simple

Opakowanie na mleko, sok i napój roślinny

Projektant: Natalia Gryc
Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi

Simple to seria trzech opakowań na: mleko, sok, oraz napój roślinny. Inspiracją przy tworzeniu projektu był styl pop art oraz hasło less is more. Grafika umieszczona na opakowaniu swoim kształtem oraz zestawieniem kolorystycznym ma wywoływać pozytywne emocje, kojarzące się z latem, radością oraz zabawą. Seria Simple charakteryzuje się prostą stylistyką, która podczas produkcji ma generować jak najmniejsze koszty oraz zasoby. Grafiki zostały skomponowane tak, aby możliwa była ingerencja w projekty a przy tym możliwa do zachowania spójność oraz tożsamość. Głównym założeniem pracy była prostota, minimalizm, który jest powszechnie wybierany przez odbiorców - prosty, czytelny przekaz.





Zgodnie z naturą

Opakowanie na: sok pomarańczowy, napój owsiany oraz mleko 3,2%

Projektant: Karolina Gruba i Aleksandra Kwaśniewska

Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach

Propozycja grafik na serię opakowań skupia się na pokazaniu bliskości produktów z naturą. Ilustracje przedstawiają zwierzęta, których kształt nawiązuje do źródła napoju. Na przykład papuga, przedstawiona na soku, uwielbia cytrusy, a dodatkowo jej pomarańczowy atrybut urody przypomina kształtem i kolorem pomarańcze. W projekcie zorientowano się na tym, aby estetyka opakowań dawała użytkownikowi wrażenie zgodności produktu z ekologią, a także zachęciła konsumenta do dokonania zakupu.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *OPAKOWANIE PSZCZELE*

PARTNER

POZnan*





Opakowanie Pszczele

Opakowanie przeznaczone do przechowywania miodu

Projektant: Aleksandra Pałgan
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Pszczoły i inne owady zapylające odgrywają kluczową rolę w naszym ekosystemie, dlatego tak ważna jest ich ochrona. W swojej pracy skupiłam się na zaprojektowaniu opakowania na miód. Zestaw zawiera opakowanie na miód, miejsce na woreczek z nasionami oraz broszurę informacyjną. Całość dopełniają elementy identyfikujące opakowanie czyli graficzne przedstawienie pszczół. Ceniąc sobie ochronę środowiska opakowanie zostało wykonane bez użycia kleju oraz bazując na prostych, jednoelementowych siatkach. Poszczególne elementy spełniają funkcję ochronną oraz sprawiają, że opakowanie może być bezpiecznie transportowane. Opakowanie przeznaczone na miód. Zestaw zawiera opakowanie na miód, miejsce na nasiona oraz broszurę informacyjną. Opakowanie spełnia doskonale funkcję ochronną oraz promocyjną. Może służyć jako opakowanie prezentowe. Minimalistyczna grafika w postaci wizerunku pszczoły dopełnia całość podkreślając znaczenie opakowania. Opakowanie składa się z opakowania na miód oraz opakowania zbiorczego z wieczkiem oraz dodatkową nakładką, która zabezpiecza przed otwarciem się opakowania.

Miód

Opakowanie na miód

Projektant: Aleksandra Lorencik
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Opakowanie na miód z wykorzystaniem pomysłu pszczół czyli plastra miodu, który jest świetnym rozwiązaniem konstrukcyjnym i stanowi solidne zabezpieczenie. Opakowanie przeznaczone do transportu i przechowywania słoika z miodem. Chroni ono słoik przed stłuczeniem.





Opakowanie na miód

Opakowanie przeznaczone do przechowywania miodu

Projektant: Aleksandra Pałgan
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Pszczoły i inne owady zapylające odgrywają kluczową rolę w naszym ekosystemie, dlatego tak ważna jest ich ochrona. W pracy przedstawiono walory estetyczne. Opakowanie zbiorcze przeznaczone jest na słoik miodu, nasiona oraz broszurę. Środek dopełniają elementy, których zadaniem jest nie tylko poprawny wygląd, ale także spełnienie funkcji ochronnej. Całość dopełnia grafika w postaci złotej pszczoły na opakowaniu oraz etykiecie słoika. Ceniąc sobie ochronę środowiska opakowanie zostało wykonane bez użycia kleju oraz bazując na prostych, jednoelementowych siatkach. Powstało w dwóch wersjach kolorystycznych, bazujących na kolorach ekologicznych kartonów. Opakowanie przeznaczone na miód. Opakowanie spełnia doskonale funkcję ochronną oraz promocyjną. Minimalistyczna grafika w postaci wizerunku pszczoły oraz plastra miodu dopełnia całość podkreślając znaczenie opakowania. Dodatkowa nakładka zabezpiecza przed otwarciem się opakowania. Występuje w dwóch wariantach kolorystycznych. Opakowanie wykonane z kartonu uszlachetnionego złotą folią.

Miodowe

Opakowanie na słoik miodu, broszurę i nasiona

Projektant: Laura Gmyrek
Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Opakowanie na słoik miodu oraz nasiona roślin miododajnych. Sześciakątny kształt oraz kolorystyka bezpośrednio nawiązują do produktów znajdujących się wewnątrz. Element zamykający jest jednocześnie uchwytem, umożliwiającym wykorzystanie projektu jako opakowanie prezentowe w niestandardowym kształcie.

Opakowanie wykonano z papieru kraftowego z nadrukowaną grafiką.





„Poznań dla pszczół”

Opakowanie zbiorcze na słoik z miodem, woreczek jutowy z nasionami oraz broszurę informacyjną

Projektant: Anna Grzybczyk
Wyższa Szkoła Europejska w Krakowie

Opakowanie przypomina kształtem ul, który jest domem dla pszczół tak jak Poznań. Celem było odnalezienie połączenia między geometryczną estetyką, a naturalną kreską obecną w identyfikacji projektu „Poznań dla pszczół”. Ważne było uzyskanie spójności produktu z opakowaniem. Opakowanie pełni przede wszystkim formę ochronną podczas transportu oraz reprezentacyjną dla projektu miasta Poznań. Może stanowić również dekorację lub pojemnik na delikatne rzeczy przypominający o wartości pszczół w mieście Poznań. Zgodnie z zaleceniem, w projekcie są użyte jedynie materiały ekologiczne. Całość opakowania powinna być wykonana z tektury falistej zespolonej przy pomocy kleju biodegradowalnego oraz sznurka jutowego w otwieranej części. W miarę możliwości zakładam nadruk monochromatycznej grafiki ekologiczną farbą





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *SMAKOWITE*





Siostrzeństwo

Opakowania soków owocowych

Projektant: Julia Zwolińska
Akademia Sztuk Pięknych we Wrocławiu

Siostrzeństwo to projekt samoprzylepnych etykiet stworzonych dla wymagowanej marki soków owocowych. Motyw przewodni rodziny etykiet opiera się na wizerunku dwóch „siostr”, które reprezentują poszczególne smaki produktu, stając się uosobieniem danego owoca. Ich wyróżnikiem są zaskakujące i nietuzinkowe, wektorowe „dorysowanki”, które nadają wspomnianym „siostrzom” indywidualnego charakteru. Projekt etykiet znajduje zastosowanie na szklanych butelkach o pojemności 330 ml. Pełni funkcje informacyjną oraz wizerunkową. Wykorzystanym w projekcie materiałem jest matowa folia samoprzylepna.

Legendarny Wawel

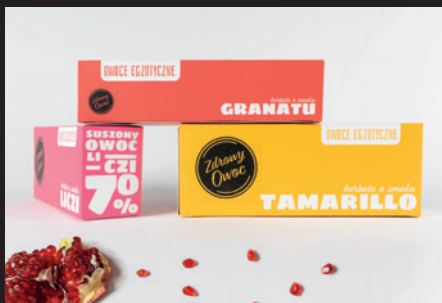
Seria 3 opakowań na czekolady i praliny

Projektant: Zuzanna Ornacka
Wyzsza Szkoła Europejska w Krakowie

Projekty podkreślają nierozzerwalny związek marki Wawel z Krakowem, dają drugie życie kochanym przez wszystkich polskim baśniom. Ilustracje mają przypomnieć o rytuale przekazywania tradycji między pokoleniami, a tym samym nawiązać do legendarnych dziejów marki Wawel. W dobie cyfryzacji, kultowe legendy powracają do mainstreamu, tym razem w nowej, „digital Art’owej” formie, by łączyć pokolenia.

Karton 170/200 g, folia soft touch, metaliza lub karton metalizowany.





Zdrowy Owoc

Herbata owocowa

Projektant: Mikołaj Drużkowski
Wyższa Szkoła Europejska w Krakowie

Głównym wyróżnikiem serii opakowań jest bardzo intensywny kolor kojarzący się z dojrzałymi owocami oraz unikalny, nowoczesny font. Całość ma budzić apetyt i zachęcać do spróbowania. Opakowanie na herbatę ekspresową w torebkach – 25 szt. W założeniu opakowanie wydrukowane na kartonie GC1 250 g oraz uszlachetnione na froncie i tyle opakowania w postaci przetłoczenia logo oraz nazwy danego owocu.

Lucky us

Mięso komórkowe

Projektant: Szymon Nowak
Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie

„Lucky us” jest konceptem opakowania na mięso komórkowe. Ma promować ideę alternatywnego spojrzenia na mięso a także pokazać nowe, ulepszone metody jego produkcji. Mięso komórkowe może w dużym stopniu przyczynić się do poprawy naszej sytuacji klimatycznej dzięki zmniejszeniu zużycia wody i paszy stosowanej w tradycyjnej hodowli oraz redukcji gazów cieplarnianych wytwarzanych przez zwierzęta hodowlane. Dlatego na opakowaniu znajdują się między innymi byk czy kurczak. Atrybuty ludzi starszych takie jak okulary czy laska ułatwiająca chodzenie mają za zadanie uświadomienie konsumentowi, że wybór tego produktu to wybór bezpiecznego losu zwierząt. Kształtem opakowanie przypomina geometryczną komórkę włókna mięsnego i dzieli się na dwie komory. W każdej znajdziemy inny rodzaj mięsa wytwarzany przez producenta: wołowina, wieprzowina, drób lub baranina. Taki sposób podania ma zachęcić konsumenta do spróbowania różnych rodzajów mięsa komórkowego i ośwoić go z nowością. Podążając za ideą jaką niesie ze sobą mięso komórkowe, opakowanie zrobione jest w całości z biodegradowalnych materiałów wspierając środowisko. Tacka wykonana jest z PLA metodą wtrysku.





Tipo-Harmonica

Opakowanie kawy

Projektant: Marek Żyrczak
Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach

Harmonica to innowacyjny projekt marki kawy, przedstawiający zamysł opakowania pozwalającego poczuć aromat kawy przed zakupem. Mechanizm harmonijki pozwala zapachowi wydostać się na zewnątrz opakowania jednocześnie zabezpieczając zawartość pudełka przed związaniem. Prostokątność nadaje się do zbiorczego pakowania, ekspozycji sklepowych oraz umiejscowienia na półce w kuchni. Zagięcia w postaci harmonijki dodają powiewu świeżości oraz wywołują u odbiorcy zaciekawienie i chęć sprawdzenia mechaniki. W połączeniu z energetyczną kolorystyką momentalnie rzuca się w oczy. Dominują kolory ciepłe symbolizujące radość, moc, energię, przyjemność, obrazując emocje towarzyszące spożywaniu kawy. Wykorzystany materiał to Symbol Card Premium White 300g.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA **TEKTUROWA KREACJA**

PARTNER





„Makaron do twojego domu”

Opakowanie na makaron

Projektant: Magdalena Krajewska
Politechnika Śląska w Gliwicach

Opakowanie ma być odpowiedzią na problem przechowywania makaronu w foliowych torebkach – nieekologicznych i niepraktycznych pod względem użytkowania – po otwarciu makaron z nich się wysypuje, naklejki które mają w tym pomóc zazwyczaj nie spełniają swojej funkcji, więc większa zawartość zamiast w garnku ląduje w szafce lub „po drodze” z szafki do garnka. Forma opakowania była inspirowana nowoczesną architekturą, głównie domami w stylu „stodoły” oraz Filharmonią Szczecińską. Takie połączenie użyteczności z inspiracją architekturą miało stworzyć opakowanie makaronu „do Twojego domu”. Opakowanie w swojej podstawowej funkcji jest stworzone do przechowywania różnego rodzaju makaronu. Po zużyciu można go ponownie napełnić lub też wykorzystać do przechowywania innych, drobnych rzeczy w kuchni lub domu. Może również posłużyć jako miejsce przechowywania lub zabawka dla dzieci do budowania domów, osiedli itd.

Karton ozdobny w pionowe prążki w naturalnym kolorze + przeźroczysta folia

Opakowanie na makaron

Makaron – różne formy

Projektant: Paulina Nowak
Politechnika Śląska w Gliwicach

Plastikowe opakowania po makaronie tworzą góry śmieci a raz otwarte nie nadają się do jego dalszego przechowywania (zamykania proponowane przez producentów nie są skuteczne). Pudełko na makaron nadające się do dłuższego przechowywania, również niepełnych zawartości. Ekologiczne, estetyczne, zajmujące niewiele miejsca. Po wykorzystaniu zawartości, możliwość przechowywania innego makaronu lub innych produktów spożywczych. Możliwość wykorzystania pudełka do przechowywania niezwiązanych z pożywieniem przedmiotów, np. klocków lego, guzików, śrubek, itp. Opakowanie w sprzedaży posiada etykietę, którą w domu możemy łatwo ściągnąć, otrzymując opakowanie bardziej estetyczne. Dla wygody zamontowany został sznureczek w kolorach opakowania. Ułatwia on wyciąganie opakowania z półki lub szuflady jak również przenoszenie. Opakowania, dzięki swojemu kształtowi i sznurkowi możemy przechowywać w wygodny dla nas sposób. Pudełko może stać, wisieć lub leżeć.

Tektura falista, cienki karton, sznurek, plastikowe okienko, rzep.





Świętokrzyskie Jadło

Opakowanie przeznaczone na produkty Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego Województwa Świętokrzyskiego

Projektant: Ewa Juszczyk

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Projekt przedstawia serię pięciu różnokształtnych opakowań wraz z elementami dodatkowymi takimi jak sztucce, metki z logotypem. Idea, która przyświecała w projektowaniu pracy było stworzenie opakowań funkcjonalnych, ekologicznych, atrakcyjnych wizualnie. Surowa forma niezadrukowanego kartonu, metki wykonane z celulozy z trocinami, na której widnieje wytłoczony logotyp ma nawiązywać do surowego charakteru skał, z których stworzone są Góry Świętokrzyskie. Metka dołączona do opakowań zawiera w sobie nasiona. Po wsadzeniu jej do gleby spłacamy dług zaciągnięty w przyrodzie. Opakowania kształtem nawiązują do charakterystycznych dla regionu gołoborzy. Zestaw pięciu pudełek odpowiednio dopasowanych bokami przypominają większą formację skalną, która po skruszeniu rozpada się na mniejsze elementy. Zastosowane materiały (tekstura, drewno, masa papierowa) podkreślają ekologiczny charakter opakowań natomiast rozbudowana forma może posłużyć do skonstruowania wieloelementowego ekspozytora na stoiskach targowych, ekspozytorach sprzedażowych i innych form prezentacji produktów.

No Damage, Just Fun

Opakowanie na zabawkę dla dzieci – łuk i strzały

Projektant: Dawid Fik

Akademia Sztuki w Szczecinie

No Damage, Just Fun to projekt opakowania na łuk i strzały przeznaczonych dla dzieci. Całość ma na celu przeniesie najmłodszych w magiczną krainę mistrzów łucznictwa. Otwierając opakowanie nie spodziewamy jaki świat przed nami odkryje – element zaskoczenia. Zakup zabawki, jest inicjowany przez dziecko, ale to rodzic/opiekun finalnie decyduje na podstawie informacji umieszczonych na opakowaniu – przejrzystość komunikatów. Przechowywanie zestawu łuczniczego (łuk + 4 strzały). Ponadto opakowanie podsiada walor edukacyjny w postaci zwrotów i opisów, umieszczonych wewnątrz opakowania oraz kod QR, który po zeskanowaniu przybliży nam kulturę rdzennych mieszkańców Ameryki i mistrzów łucznictwa. Do opakowania dołączona jest wkładka, która pozwala nam własnoręcznie wykonać kołczan i groty strzał, angażując przy tym młodszych i starszych. Całość posiada również pas, ułatwiający transport zabawki w opakowaniu, chroniąc przy tym zestaw przed uszkodzeniem – noszony jak kołczan.

Tektura falista trójwarstwowa, pas transportowy.





„Guitar string cover”

Opakowanie zostało stworzone na struny do gitary

Projektant: Kinga Nowak

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Głównym walorem wizualnym opakowania jest wykorzystanie tekstury falistej. Całość wykonana jest z naturalnych materiałów. Zależało mi by opakowanie cechowała prostota i minimalizm i żeby właśnie tym przyciągnął uwagę odbiorcy. Opakowanie przeznaczone na struny do gitary, ma za zadanie chronić przed uszkodzeniem oraz podnosi wizualny walor produktu.

Wykorzystany materiał to tektura falista i karton





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
KATEGORIA *URODY*

PARTNER

MERCK





Leflet

Seria opakowań stworzona dla produktów higienicznych

Projektant: Judyta Antoniuk
Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi

Projekt zawiera 2 typy opakowań na produkty higieniczne. Opakowania zabezpieczają produkt oraz umożliwiają wygodne korzystanie. Rozwiązują problem recyklingu cienkich foli, które często nie podlegają selektywnej zbiórce, a czas ich rozkładu wynosi do 400 lat. Poprzez użycie 1 koloru w każdym opakowaniu oraz różnicowanie go poprzez zmianę jego krycia, proponuje oszczędność tuszu. Opakowania dają możliwość zawieszenia ich, łatwego, wielokrotnego otwierania i zamykania oraz poprzez oderwanie fragmentu pozostawienie ich otwartych (przy częstym używaniu produktu) w taki sposób, aby produkt sam nie mógł wypaść. Grafiki na opakowaniach wskazują na rzeczywiste wielkości produktów. Znak recyklingu jest jasnoniebieski, aby użytkownik miał pewność, gdzie powinien wyrzucić opakowanie. Do projektu została użyta tektura w 100% wykonana z włókien wtórnych Les Naturals. Jej porowata struktura pięknie oddaje naturalny bawełniany produkt.

Natural Oils

Opakowanie przeznaczone dla olejków naturalnych do twarzy

Projektant: Aleksandra Pałgan
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Natural Oils to opakowanie przeznaczone na zestaw naturalnych olejków do twarzy. Zestaw zawiera 3 rodzaje olejków: pielęgnacyjny, odżywczy i ochronny. Minimalistyczna grafika w połączeniu z bielą i czernią podkreśla ekskluzywny charakter opakowania. Złote detale doskonale dopełniają całość. Ręcznie tworzona grafika oddaje ideę dbania o środowisko i nadaje opakowaniu unikatowy charakter. Opakowanie świetnie sprawdzi się również jako opakowanie prezentowe. Geometryczność, minimalizm oraz dbałość o detale stały się wyznacznikiem przy tworzeniu opakowania. Opakowanie składa się z opakowania zbiorczego, który pełni formę ochronną dla zestawu 3 mniejszych opakowań na olejki. Bazując na prostych figurach geometrycznych tworzy formę, która jednocześnie chroni produkt przed uszkodzeniami. Opakowanie daje możliwość sprzedaży produktu również pojedynczo. Zajmuje mało miejsca, co jest przydatną funkcją podczas magazynowania. Może być wykorzystane jako opakowanie wielokrotnego użytku. Jest ono bezpieczne dla środowiska.





Sensa

Sensa to dwuczęściowe opakowanie przeznaczone na środki higieniczne

Projektant: Aleksandra Kwaśniewska
Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach

Sensa powstała w reakcji na deficyt na rynku opakowań do przenoszenia środków higieny osobistej, a także jako przeciwstawienie się infantyilizacji tematu miesiączki przez producentów. Większość dostępnych produktów związanych z menstruacją posiada różowo- błękitną kolorystykę powiązaną z dziewczęcymi wzorami. Umożliwienie przenoszenia podpasek i tamponów w eleganckim i funkcjonalnym opakowaniu wpłynie na zmniejszenie zawstydzenia podczas miesiączki. Sense można nosić w duecie lub osobno. Jeden z segmentów może zostać zarezerwowany jest na zużyte tampony czy podpaski, kiedy w pobliżu brakuje kosza. Opakowanie posiada specjalny klips, który umożliwia zaczepienie o spodnie, pasek, kieszonkę lub koszulkę, kiedy nie chcesz, aby opakowanie dotykało niehigienicznych powierzchni w toalecie publicznej.

Sensa jest wykonana z silikonu. W tylnej części umieszczone są magnesy, które łączą ze sobą segmenty. Magnesy zastosowano także do zamykania. Klips jest wykonany z plastiku powstałego z recyklingu.

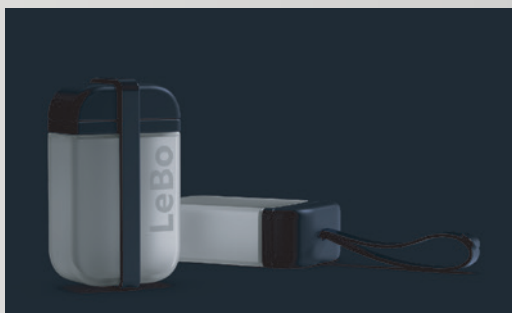
Kosmetyki Naturalne

Seria trzech opakowań na kremy do rąk

Projektant: Anna Grzybczyk
Wyższa Szkoła Europejska w Krakowie

Zaprojektowane przeze mnie kremy do rąk skierowane są przede wszystkim do kobiet, które cenią sobie organiczne kosmetyki, a także lubią obcować z naturą przy jednoczesnym wyczuciu stylu. Podczas projektowania starałam się nawiązać nieco do wolnej sztuki abstrakcyjnej, a także zachować wrażenie estetycznej elegancji. Własnoręczne rysunki pogłębiają efekt naturalności. Opakowania na kremy do rąk, które zaprojektowałam są przede wszystkim użyteczne i poręczne, a także mają przyciągać wzrok swoim estetycznym lecz niestandardowym wyglądem pastelowych etykiet współgrających z kolorami tub. Projekt będzie dobrze prezentował się na półce z kremami do rąk w drogerii kosmetycznej, z łatwością zmieści się do plecaka, torebki lub kosmetyczki. Zakładam wydrukowanie docelowego projektu na tubie polipropylenowej oraz pokrycie jej w całości lakierem satynowym. Spód tuby oraz zakrętka ma być dopełnieniem całości projektu co oznacza, że ich kolor nie powinien się różnić.





LeBo

Transport płynów kąpielowych

Projektant: Karolina Gruba
Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach

LeBo to wielorazowa butelka podróżna na płyny kąpielowe. Wkomponowanie w bryłę opaski z silikonu umożliwia nakładanie płynu jedną ręką i łatwe przenoszenie zestawu bez kosmetyczki. Opaska odpowiada również za zamykanie butelki do transportu oraz wieszanie, co gwarantuje porządek pod prysznicem. Wisząca butelka nie będzie przeciekać dzięki zabezpieczeniu zintegrowanemu z korpusem. Użyty materiał i ilość elementów sprawia, że opakowanie jest łatwe do napełniania oraz mycia nawet w zmywarce. Co więcej możliwe jest dokupienie pojedynczych elementów. Projekt jest odpowiedzią na niskiej jakości opakowania płynów kąpielowych (samolotowy bagaż podręczny, droga z pokoju na basen lub do łazienki) - przechowywania pod prysznicem (w pozycji stojącej na podłodze, wisząco na elementach pionowych i poziomych, wisząco po założeniu paska na rękę).

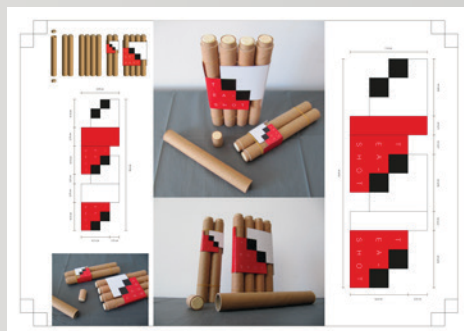
Plastik: nakrętka (2 części), silikon: korpus i pasek.





ART OF PACKAGING *DEBIUTY*
WYRÓŻNIENIE
PRZEWODNICZĄCEJ JURY





Tea-shot

Opakowanie herbaty

Projektant: Volodymyr Naumenko
Społeczna Akademia Nauk w Łodzi

Prezentowany wzór opakowania Tea-shot składa się z szeregu tekturowych tubek, połączonych gumką i oraz nici do szycia. Otwory rur są na obu końcach zamknięte korkiem. Grafika i informacje o produkcie znajdują się w pozycji 1/3 wysokości tub na perforowanym opasku z litej kartki papieru. Opasek jest przeznaczony do połączenia klejem tylko z jednej strony. Opakowanie przeznaczone jest do sprzedaży i przechowywania różnego rodzaju herbat z dowolnej odmiany w postaci kopca suszonych liści w suchym środowisku. Materiał opakowaniowy to surowce ekologiczne: tuba kartonowa (tekturowa), uszczelniając gumowy elastyczny, korek stożkowy, papier pakowy i naturalna nić szwalnicza oraz opasek z papieru.

Jura-jskie etykiety

Etykiety na piwo

Projektant: Gabriela Żeludziejewicz
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

Projekt jest redesignem etykiet piw kraftowych marki Browar na Jurze. Nawiązuje on do skojarzeń z erą mezozoiczną łącząc tym samym prehistoryczne gatunki oraz składniki występujące w danym trunku. Całość utrzymana jest w charakterze rysunków naskalnych. Etykiety mają funkcję rozszerzonej rzeczywistości. Po zeskanowaniu naklejki za pomocą aplikacji Artivive zostaje wczytana animacja. Pojawiający się na ekranie obraz ożywia wymarłe gatunki. Docelowo każda z etykiet będzie funkcjonowała w AR, jednak do tej pory tylko jeden projekt ma tę funkcję (etykieta Jura-jskie Pomarańcza). Disclaimer: logotyp firmy Browar na Jurze Ewa Piątek Sp. j. został użyty przeze mnie w projekcie stworzonym na Uniwersytecie Pedagogicznym im. KEN w Krakowie na zasadzie cytatu. Praca jest niekomercyjnym projektem studenckim. Etykieta na piwo marki Browar na Jurze. Dodatkowo do projektu jest animacja AR-owa (Augmented Reality), powołująca do życia płaskie etykiety.

Folia samoprzylepna matowa.





„Bee box”

Opakowanie zaprojektowane z myślą o woreczku na nasiona

Projektant: Lidia Milas

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnowie

Projekt opakowania oparty jest na połączeniu kształtu plastra miodu, który po rozłożeniu przeistacza się w tułów i geometryczne skrzydełka pszczoły. Wizualizacja wzbogacona została o złote tłoczenia nadające opakowaniu uroku. Początkowo opakowanie miało pełnić funkcję jednosezonowej doniczki na rośliny przyjazne pszczołom (zostałoby wtedy wzbogacone o folię biodegradowalną), może jednak pełnić funkcję boxu transportowego dla woreczka z nasionami, lub słoiczka miodu (konieczne byłoby wyeliminowanie pustej przestrzeni poprzez użycie wypełniacza).

Wykorzystany przeze mnie materiał to tektura falista, oklejona papierem pakowym.

Opakowanie urody kosmetyczne

Krem do skóry

Projektant: Aleksandra Bieleń

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Projekty opakowania na krem do skóry suchej i normalnej dla marki Bastinado. Opakowanie swoją grafiką nawiązuje do natury, co podkreśla brązowy kolor opakowania i zielony liść na froncie. Opakowanie wykonane z tektury.





„Telefon do krawcy”

Opakowanie na zestaw nici i akcesoriów do szycia

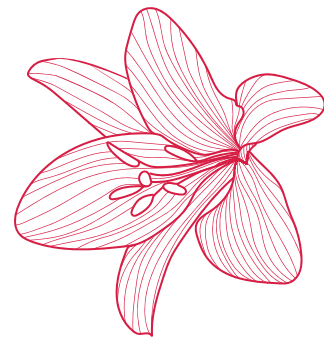
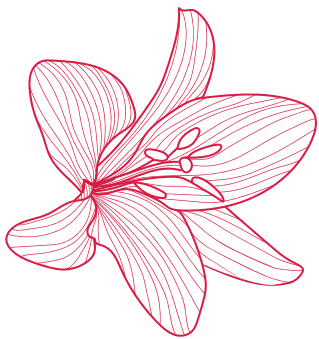
Projektant: Małgorzata Kosicka

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy

Projekt opakowania na zestaw nici i akcesoriów do szycia inspirowany starym modelem telefonu. Wybór koloru nici porównany jest do wyboru cyfry do wykonania telefonu.

Materiał : papier craft





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**
KATEGORIA **ETYKIETA**

PARTNERZY

UPM RAFLATAC

miraclon





Gold Ben Blended Scotch Whisky 3YO i 5YO

Etykiety na alkohol

Zgłaszający i użytkownik: Grupa AWW

Producent: Skanem Poznań

Projektant: Sylwia Mendyk, Grzegorz Stanżewski

Gold Ben to klasyczna szkocka whisky blendowana. Została odnaleziona w Loch Lomond Distillery, której początki sięgają 1814 roku. Kolekcja stanowi dwa produkty: Gold Ben 3YO Blended Scotch Whisky Classic i Gold Ben 5YO Blended Scotch Whisky Green dla których została zaprojektowana seria etykiet podkreślająca charakter alkoholu. Gra kolorystyki z elementami grafiki łatwo pozwala zidentyfikować kolekcję. Etykiety samoprzylepne zostały wydrukowane na papierze samoprzylepnym Raflagloss pozwalającym na druk misternej grafiki w technologii kombinowanej flexo i sitodruk. Uszlachetnienia zostały wykonane z użyciem folii złotej cold stamping specjalnie barwionej w celu uzyskania głębokiego koloru miedzi. Lakier puchnący położony sitodrukiem podkreśla elementy graficzne na pokrytej lakierem matowym powierzchni.

Etykiety Mleczna Droga

Seria jogurtów i serów

Zgłaszający, projektant: Paco De Zine

Producent: DDM Etykiety i Opakowania Dla Przemysłu, Drukarnia Elgraf

Użytkownik: Mleczna Droga Manufaktura Serów

Nowe opakowania serii jogurtów i serów. Zadanie polegało na stworzeniu nowego wizerunku marki, której głównym składnikiem są miejsce i osobiste zaangażowanie producentów. Na każdej etykiecie 12 jogurtów i 4 serów, umieszczona jest indywidualna historyjka, opisująca życie w świecie Mlecznej Drogi (na jogurtach – na kontr etykiecie w formie koniczyny, na serach – wokół nowego brandu). Opowieści zostały zilustrowane odręcznymi ilustracjami/ikonami.

Folia samoprzylepna z mocnym klejem PP WHITE etc rh9x 70 hd – RAFLATAC

Druk cyfrowy (jogurty) / flexo (sery)

Uszlachetnienie – lakier matowy





Męskie wody kolońskie Lucjan's Barbershop

Etykiety samoprzylepne

Zgłaszający, producent: Etilab

Projektant i użytkownik: Lucjan' Barbershop

Projekty etykiet nawiązują wizerunkowo do wywodzącej się z USA tradycji męskiego fryzjerstwa – barberingu. Barbershop to od zawsze miejsce dla wszystkich mężczyzn szukających klasycznego piękna stylizacji włosów na najwyższym poziomie jakości i obsługi. Lucjan's Barbershop to jedna z najlepszych barberowni w Polsce oferująca oprócz usług cięcia i stylizacji włosów także wiele serii ekskluzywnych męskich kosmetyków pod własną marką.

Materiał: papier Velmart White WSA-FSC / RP30 / WG85 UPM Raflatac

Druk: maszyna cyfrowa suchotonerowa XEIKON 3030 ICE + finishing GM DC330

Uzlachetnienie: lakier wybiórczy UV błysk

Elementy wymagające stosowania druku cyfrowego: personalizacja / serializacja (numerator)

Nakład: 2 x 1000 szt

Mintis Gin

Etykiety na serię Ginów smakowych

Zgłaszający: Color Press

Producent: Port of Spirits i Color Press

Projektant: Mikovec Design

Użytkownik: Port of Spiritus

Seria ginów smakowych MINTIS została zaprojektowana jako:

1. opakowanie – butelka i etykieta super premium;
2. zawartość – alkohol rzemieślniczy na owocach i ziołach.

Elegancki wygląd i balansowany smak zabiera smakosza do krainy, pełnej orzeźwienia i spokoju po ciężkim dniu. GIN, tworzony w rodzinnej destylarni w rejonie Piemontu, powstaje bez użycia sztucznych barwników, wspomagaczy smaku czy cukru. Specjalnie zaprojektowana butelka wraz z etykietą, tworzy pozytywne vibracje i niezapomniane doświadczenia, które sprawiają, że próbując MINTIS GIN, czuje się ekscytację i nie można się doczekać kolejnego łyku. Seria etykiet super premium została dopasowana kształtem wykrojnika do wymagającej przestrzeni na dedykowanych butelkach różnego koloru z soczyście zielonymi korkami. Etykiety wydrukowano na materiale Silver Orion Raflatac, w technologii CMYK inkjet UV. Do uszlachetnienia użyto folii Hot Stamping w różnych kolorach, komponujących się z projektem opakowania i smakiem alkoholu.



Seria etykiet True_Love_Waits

Etykiety na butelkę z alkoholem

Zgłaszający, producent, projektant i użytkownik: Aniflex

Seria etykiet na limitowaną edycję alkoholu wykorzystująca tzw. storytelling. Założeniem było pokazanie za pomocą ręcznie wykonanego rysunku (szkicu) pewnej historii zawartej na trzech butelkach whisky. Każda z etykiet jest inna; zabieg użycia storytellingu powoduje, że opakowanie – etykieta nie tylko opowiadają pewną historię, ale skłaniają (w subtelny sposób) do zakupu trzech butelek a nie jednej. Projekt etykiety to odręczny rysunek wydrukowany na ekologicznym materiale samoprzylepnym.

Serię etykiet wydrukowano na ekologicznym materiale Pure Cotton (UPM Raflatac) wyprodukowanym w 100% z bawełny. Szkic będący projektem graficznym wydrukowano w technologii cyfrowej HP Indigo, umożliwiającej personalizację etykiet i opakowań.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA
ETYKIETA CYFROWA

PARTNER

XEIKON





Seria Elixorum

Etykiety na ziołowe likiery rzemieślnicze

Zgłaszający, producent i projektant: Versa Group

Użytkownik: Go Up

Koncepcja etykiet dla serii Elixorum związana jest z formułą alkoholu inspirowaną ziołami zbieranymi podczas różnych faz księżyca. Dlatego też na etykietach pojawiają się srebrne rysunki trzech faz księżyca. Ciemna, chłodna kolorystyka ze srebrzeniami, przywodząca nocne niebo, oraz nazwy nawiązujące do starożytnych bóstw słowiańskich podkreślają tajemniczość trunku.

Etykieta wykonana jest w technologii druku cyfrowego na papierze zabezpieczonym folią matową w procesie laminacji. Elementy srebrne wykonane w technologii Hot Stamping ze srebrnej folii.

Minister - destylat z piwa

Etykieta na destylat z piwa rzemieślniczego

Zgłaszający, producent: Eticod

Projektant: Ostecx Creative

Użytkownik: Ministerstwo Browaru

Kunszt piwowski, kunszt gorzelniczy oraz kunszt designerski – to najbardziej trafny opis produktu. Całość jest stonowana i nienachalna, swoją moc ukazuje przy bliższym poznaniu. Subtelne metalizy i wyraziste wykończenie opakowania kryją istną eksplozję aromatów ukrytych w butelce. Całość zdecydowanie zasługuje na miano wyjątkowego i ekskluzywnego. Druk cyfrowy na srebrnej folii z białym wybiórczym poddrukiem wykończony laminatem błyszczącym i lakierem Sandpaper.



Wódki Ustrońskie

Etykiety na wódki rzemieślnicze

Zgłaszający, producent: Eticod

Projektant: Katarzyna Kara

Użytkownik: Browar Wrzos

Prezentujemy szatę graficzną alkoholi z Gorzelnii Wrzos, oferującej ambitną gamę produktów rzemieślniczych. Inspirację dla etykiet stanowiła alchemia i starodruki. Na butelce znajdują się symbole alchemiczne, pieczęcie i stylizowane rysunki, a poszczególnym alkoholom nadaliśmy łacińskie nazwy. Tło dla pieczęci z przodu butelki stanowią autorskie ilustracje, umieszczone na rewersie etykiety tylnej, nadające zawartości butelki kolorowy odcień. Seria kładzie mocny nacisk na kolor i różnorodność.

Fronty: druk cyfrowy HP Indigo na srebrnej folii z wybiórczym białym poddrukiem w celu wydobywania różnej głębi kolorystycznej metalizy, wykończone laminatem matowym.

Kontury: druk cyfrowy HP Indigo na folii transparentnej, z wykorzystaniem koloru białego jako „bariery” (aby uzyskać efekt druku od strony kleju), wykończone laminatem matowym.



Arevot Blur Areni/Malbec Dry

Etykiety na wino butelkowane gronowe ormiańskie

Zgłaszający, projektant: Agencja Kreatywna Vagse

Producent: Proshyan Brandy Faktory

Użytkownik: Noe Trade Poland

Arevot blur w języku Ormian oznacza słoneczne wzgórze - odniesienie do góry Ararat która była kolebką winiarstwa na świecie. Projekt na zlecenie winiarni z Armenii. Grupą docelową dla marki jest koneser win, który szuka smaku z nowego świata, ale również eleganckiej etykiety. Opakowanie dedykowane dla półki premium w sprzedaży w kanale HoReCa z charakterystycznymi dla designu wschodniego zdobieniami. Koronkowy, misterny wzór połączony jest ze złożeniem w bogatej rozecie oraz logotypie. Contr etykieta zawiera również elementy zdobień analogiczne do front etykiety - wypukły wzór, złożenia.

Zadruk na matowej czarnej etykiecie foliowej. Logotyp - cold stamping gold + lakier wybiórczy. Wzór / tło - lakier sitodrukowy. Wzór / rozeta - cold stamping gold + lakier wybiórczy. Kapturek analogicznie - czarny mat folia + cold stamping gold.

Oystercatcher

Etykieta na szkocką whisky typu single malt z regionu Islay

Zgłaszający, producent: Mal-Pol Zakład Poligraficzny

Projektant i użytkownik: Whisky and Spirits

Inspiracją dla powstania etykiety stały się ptaki zamieszkujące wybrzeża Szkocji zwane ostrygojadami. Jako, że Oystercatcher to szkocka whisky z regionu Islay, postanowiliśmy ukazać jednego z przedstawicieli tamtejszej fauny. Typografia projektu jest prosta, minimalistyczna, wręcz plakatuowa. Stanowi dopełnienie głównego elementu etykiety, jakim jest ilustracja ostrygojady, której nietypowy, jak na branżę szkockiej whisky styl, ma sprawiać wrażenie przyjaznej, a nawet zabawnej.

Etykieta została wydrukowana w technologii cyfrowej na maszynie HP Indigo 6900. Materiał użyty do druku to papier Cotton White. Kolorystyka – CMYK. Uszlachetnienia – hot stamping folia matowa gold MTS 429N





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **FLEKSO**

PARTNERZY





Old Shipman Whisky

Etykieta na alkohol

Zgłaszający, użytkownik: Grupa AWW

Producent: Skanem Poznań

Projektant: Sylwia Mendyk, Grzegorz Stanżewski

Old Shipman Whisky to klasyczna, bardzo aromatyczna whisky blendowana, intensywna w smaku, korzenna, z wyraźnymi nutami wanilii, miodu i suszonych owoców. Etykieta podkreśla tradycyjny charakter whisky nawiązując do marynistycznych tradycji Wysp Brytyjskich. Elementy związane z żeglugą takie jak liny, kotwica oraz rycina przedstawiająca historyczny żaglowiec. Wzbogacona o złote i miedziane elementy.

Elegancka etykieta dwuczęściowa została wydrukowana na papierze białym UPM Raflatac w technologii flekso. Uszlachetnienie grafiki z użyciem folii cold stamping specjalnie bawionej. Wszystkie wypukłe elementy grafiki zostały wykonane poprzez nałożenie sitodrukiem lakieru puchnącego. Etykieta jest wybiórczo wykończona lakierem matowym.

Timberman Blended Malt Scotch Whisky

Etykieta na whisky

Zgłaszający, producent: Eticod

Projektant: Cocoa

Użytkownik: Dębowa Polska

Etykiety wykonane na wyselekcjonowanym papierze z wyrazistą strukturą, którego elegancję podkreśla prosta, ale pełna mocy szata graficzna. Opakowanie oddające ducha produktu – spotkanie tradycji z charakterem. Dwa warianty 3 i 6 letniej whisky o odmiennym kolorystyce wzmacniają pozycję produktu na półce alkoholi wysokoprocentowych co raz częściej spożywanych w naszym kraju przez większe grono smakoszy tego typu trunków.

Druk fleksograficzny na papierze strukturalnym typu PAMPA, z wykorzystaniem złotej farby metalicznej oraz sitodruku, w celu podkreślenia siły marki Timberman.





EKO-Nowy Rok

Opakowania z linii prezentów dla klienta

Zgłaszający, projektant i użytkownik: Model Opakowania
Producent: Senstudio

Prezent ma dwa zasadnicze cele. Pierwszy to pokazanie, że zwykła, makulaturowa tektura, przy odpowiedniej oprawie może wyglądać pięknie i imponująco. Drugi to zachęta do zatrzymania się na chwilę i odkrycia piękna, w tym co codzienne i prozaiczne. Użyte materiały i oprawa graficzna podkreślają ekologiczny charakter gadżetu, wykonany z naturalnych materiałów, przyjaznych dla środowiska. Wszystkie elementy opakowania mają za zadanie tworzyć jedną spójną strukturę, choć każdy z elementów jest wyjątkowy sam w sobie. Jednakże zestawione razem, z pozostałymi elementami zestawu tworzą wyjątkową kompozycję i zwiększają siłę przekazu, zarówno w kwestii ekologii, jak i ducha mindfulness. W nadruku wykorzystano elementy odnoszące się do filozofii eko, bycia tu i teraz, oraz do zawartości upominku – rodzajów herbat. Dodane złocenia podkreślają poczucie ekskluzywności. Podkreśla je również nadruk wykonany od środka i od zewnątrz, co w połączeniu z konstrukcją daje efekt wzmocnienia tzw. unboxing experience. Konstrukcja kartonu zewnętrznego podpowiada jak można ciekawie zaprojektować opakowanie e-commerce, które podkreśla przyjemność z odpakowywania.

Sirel Areni Semi Dry

Etykieta na wino ormiańskie

Zgłaszający, projektant: Agencja Kreatywna Vagse
Producent: Proshyan Brandy Factory
Użytkownik: Noe Trade Poland

Projekt na zlecenie winiarni z Armenii. Sirel oznacza w języku Ormian „kochanie”. Grupą docelową dla marki jest koneser win, który szuka nie tylko smaku z nowego świata, ale również intrygującej, eleganckiej etykiety, dzięki której opakowanie będzie idealnym prezentem, uzupełnieniem kolacji w eleganckiej restauracji. Minimalistyczny aczkolwiek intrygujący design zawiera w sobie grafikę prostego korkociągu wbitego nie w korek, a symbolicznie w owoc grona, z którego zauważalne jest wyciśnięte czerwone wino. Grafika zestawiona z prostym, szeryfowym logotypem w kolorze złota. Uzupełnieniem jest niezbędna, oszczędna komunikacja zawierająca podpis właściciela marki.

Zadruk na etykiecie foliowej drukowany warstwami. Zadruk folii na kolor czarny Matt 100% z wybraniem poszczególnych elementów graficzno typograficznych. Cold stamping gold na logotypie plus lakier wybiórczy. Na Grafice winogrona plus korkociągu - lakier wybiórczy. Kapturek analogicznie - czarny mat folia + cold stamping gold.





Etykieta Wychowana w Luksusie

Etykieta na butelkę wódki

Zgłaszający, użytkownik: Manufaktura Luksusu

Projektant: Manufaktura Luksusu, Triada, Miłosz Wiercioch

Producent: PPU Comex

Etykieta produktu alkoholowego, innowacyjna, nie spotykana. Dwie ścianki butelki oklejone, treści zamieszczone na czterech. Skromna acz błyszcząca i przykuwająca uwagę.

Etykieta: Palikot Selekcja Whisky 700 ml

Etykieta na butelkę szklanej Whisky

Zgłaszający, użytkownik: Grafpol

Projektant: Mamastudio

Producent: Grafpol (etykieta), Saverglass - France (butelka)

Palikot Selekcja to wizja whisky z półki marek alkoholi selektywnych. Ten projekt to gra kilku elementów. Klasyczna, odręczna typografia (napis Selekcja) zaczerpnięta ze świata alkoholi luksusowych złożona z dekowany krojem, blokowym zapisem Palikot. Wyraźne liternictwo kontrastuje z ekscentrycznym kształtem etykiety. Do tego pokaźna ilość uszlachetnień. Wszystkie elementy przekładają się na niepowtarzalny projekt linii alkoholi Palikot Selekcja.

Surowiec: Cotton White S2047N BG45 Wh (Avery)

Technologia: Druk flexo ze złoceniem HS (online) + tłoczenie (offline)





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **FREE STYLE**





Teczka małego podróżnika, naukowca

Teczka/piórnik dla dzieci

Zgłaszający, producent: Traveler_mom, TFP i TFP-Grafika

Projektant: TFP i TFP-Grafika

Użytkownik: Traveler_mom

Projekt powstał na odpowiedź dla wcześniej zaprojektowanych markowych zestawów kreatywnych Traveler_mom. Sam pomysł właścicielki marki narodził się podczas jej wielu podróży po całym świecie. Dzieci podczas podróży często się nudzą i to właśnie stąd zrodziła się idea na powstanie autorskich, papierowych zestawów kreatywnych. Produkt się przyjął, ale jak wiemy dzieci często zabierają w podróż swoje kredki i przybory szkolne, stąd kolejna idea na stworzenia autorskiego piórnika – teczki do przewożenia zestawów kreatywnych z uwzględnieniem miejsca na przybory szkolne. Teczka ubrana jest w przepiękną szatę graficzną, która tworzona jest ręcznie przez artystkę, a następnie konwertowana na obraz cyfrowy. Zadaniem grafiki jest nauczanie i poznawanie świata. Właścicielka marki zadbała o najmniejszy detal, od pomysłu na konstrukcję i szatę graficzną po testy w terenie na drugim końcu świata.

Tektura introligatorska, biały papier Alaska, zadruk w technologii offsetowej – low-migration.

Corebox

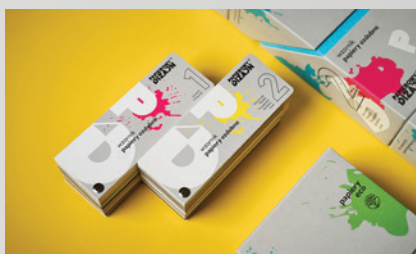
Skrzynia transportowa z tektury

Zgłaszający, producent i projektant: Amazepack

Corebox jest ekologiczną alternatywą dla skrzyń do transportu dla branż automotive, transportu lotniczego, medbli i wielu innych dużych i ciężkich produktów. Konstrukcja pozwala na przetransportowanie Corebox do klienta złożonego na płasko. Następnie można w prosty sposób go rozłożyć i zaadować. Ładunek dzięki odpowiednio dopasowanej konstrukcji jest od razu zabezpieczony do transportu. Corebox ma specjalne wypustki umożliwiające użycie wózka widłowego do jego przetransportowania, co bardzo ułatwia załadunek np. na naczepę ciężarówki.

Corebox jest całkowicie wykonany z tektury, co wpływa na to iż jest bardzo ekologiczny.





Opakowanie papierów kreatywnych Europapier Polska

Opakowanie na wzornik papierów

Zgłaszający, producent: Papirus-Studio
Projektant: Studio Design Krzysztof Jurczyk
Użytkownik: Europapier Polska

Inspiracją do powstania opakowania Premium na wzorniki najwyższej jakości papierów firmy Europapier - Papierowy Dizajn była kolorystyczna impresja, symbolizująca pierwotne drukarskie barwy CMYK – żółty, magenta, cyjan. Jako czwarty kolor zastosowano zieleni kojarzącą się z ekologią. Pudełko jest nietuzinkowe, estetyczne, funkcjonalne i proste w obsłudze, wystylizowane introligatorsko na te cztery intensywne kolory oraz ozdobione grafiką, jakby spod pędzla artysty. W jednym opakowaniu znajdują się dwa starannie wyeksponowane wzorniki ozdobnych, kreatywnych, artystycznych, gotowych do wydruku papierów. Cztery takie komplety, zaprezentowane obok siebie na półce, tworzą drukarską tęczę. Opakowanie składa się z pudełka dolnego z wkładką oraz z pokrywy. Wykonane jest ono z tektury litej 1,5mm. Oklejka Wibalin Natural White Europapier Druk 4+0. Wyklejka i oklejka w 4 kolorach: Pergraphica: Euphoric Pink/IQ Color: Mustard/ Aqua Blue/ Dark Green Europapier. Przegródka karton SUMO1,5mm Europapier.

Wódka Manufakturowa Kruk

Seria etykiet na wódkę

Zgłaszający, użytkownik: Kravt & Co
Producent: Color Press
Projektant: Agencja Reklamowa Fortis

Etykieta Wódki Manufakturowej Kruk to nowoczesny i innowacyjny projekt produktu kraftowego łączący elementy brandigowe, opis produktu z ciekawą historią miejsca pochodzenia – Pałac Nakomiady na Mazurach jak i autentycznego kruka, żyjącego przez lata w Nakomiadach, będącego inspiracją dla stworzenia nazwy. Etykieta przedstawia tradycyjny produkt rzemieślniczy w nowoczesny, podkreślający loftowy design, sposób. Projekt stworzony tak, aby zmaksymalizować branding w ciekawy i nieinwazyjny sposób. Kruk będący archetypem marki został stworzony metodą holografii, odzwierciedlając cechy właściwe dla tych ptaków, siłę, godność, zawadiackość i mnogość kolorów upierzenia. Etykieta Wódki Manufakturowej Kruk to w ciekawy sposób opowiedziana historia, w którą wplecione są istotne informacje produktowe. Etykieta zawiera w sobie dwie, stosowane jednocześnie w procesie produkcji, technologie druku: fleksograficzną i cyfrową. Materiałem bazowym jest gruby papier powlekany samoprzylepny. Do wykonania użyto: folię holograficzną CS, druk CMYK, dwa lakiery wybiórcze (matowy i strukturalny) oraz warstwę koloru białego. Etykiety są numerowane ręcznie.





Generacja M Eco

Akcesoria do mobilnych urządzeń cyfrowych

Zgłaszający, projektant: Marbach Polska

Producent: PortaArt

Użytkownik: Maciejewski Innowacje Technologiczne

Seria opakowań powstała z myślą o zmianie strategii firmy, która przeniosła część swojej sprzedaży do internetu. Wysyłkowe opakowania z tektury falistej zastąpić mają opakowania z tworzywa. Prosta konstrukcja w całości wykonana z tektury, ograniczona szata graficzna odpowiadają na potrzebę bardziej ekologicznego podejścia do kwestii opakowań i zgodna jest z ideą marki, która pracuje również nad ekologicznymi rozwiązaniami w zakresie samych produktów. Seria składa się z dwóch formatów opakowań i uzupełniających je wkładek. Celem projektu było zaproponowanie takich rozwiązań, aby seria składała się z jak najmniejszej ilości elementów, umożliwiając jednocześnie opakowanie wielu zróżnicowanych produktów.

Materiał: fala E 380g, kraft 170g kaszerowany z falą E 380g, konstrukcja składana/nieklejona.

Druk: offset 1+0 K

Pures Grün Räucherlachs

Ekologiczne opakowania do łososia wędzonego

Zgłaszający, producent: Akomex

Projektant: Agencji Rio Creativo i Milarex

Producent: Milarex

Ekologiczne opakowanie do łososia wędzonego, wykonane zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Zastosowanie tektury recyklingowej typu Kraft, ekologicznych farb nisko-migracyjnych, lakieru antybakteryjnego oraz rezygnacja z jaskrawych kolorów farb, potwierdza kierunek eco. Zastosowanie powłoki antybakteryjnej, która wykazuje ponad 99% skuteczności, redukując rozwój bakterii i wirusów na powierzchni opakowania, jest odpowiedzią na zapotrzebowanie na rynku związane z epidemią wirusa SARS-COV-2. Tektura typu KRAFT 340 g, która zapewnia bardzo dobre właściwości przechowywania produktu. Konstrukcja w kształcie koperty. Druk offsetowy farbami bez dodatków olejów mineralnych z wykorzystaniem bezprocesowych płyt offsetowych. Pokrycie powierzchni lakierem antybakteryjnym, który zabezpiecza opakowanie przed rozwojem bakterii i wirusów na powierzchni opakowania.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **MARKA WŁASNA**





Linia produktów wegańskich na bazie mleka kokosowego

Owsianki, jaglanki, chia i tapioka w różnych smakach

Zgłaszający, użytkownik: Auchan Polska

Producent: Poligrafia Fabisiak

Projektant: Cyan.Studio

Produkty dla Wegan, oznaczone we właściwy sposób. Jako główny element designu - kokos, który pełni rolę przewodnią oraz jest podstawowym składnikiem produktów owsianka i kasza jaglana... Apetycznego wyglądu opakowaniu dodają realistycznie wyglądające owoce. Wszystko to wydrukowane na przyjaznej środowisku tekturowej owijce. Grafika doskonale widoczna zarówno z boku jak i od góry – niezależnie od ekspozycji produktu na półce sklepowej. Opakowanie w 100% przydatne do recyklingu. Wydrukowano w technologii offsetowej. Użyto lakieru dyspersyjnego błysk. Zastosowano do produkcji karton Arktika GC1 biały, jednostronnie powlekany, 300g. Klejenie jedenopunktowe maszynowe.



Mleko Codzienne 1l. Pewni Dobrego

Opakowanie na mleko

Zgłaszający, projektant: Auchan Polska

Producent: Elopak

Użytkownik: Auchan Polska i Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu

Kartonik na mleko marki Pewni Dobrego Karbon Neutral charakteryzuje się innowacyjnym designem. Nowy kartonik ma jedną warstwę mniej. Usunięcie białej warstwy powoduje, że brązowa warstwa papieru staje się tłem do kreacji zupełnie nowych wzorów opakowań. Ta niebielona celuloza jest też bardziej przyjazna środowisku, ponieważ w procesie produkcji użyto mniej substancji chemicznych. Ponadto zewnętrzna matowa powierzchnia kartonu nadaje mu nieprzeciętny, naturalny wygląd. Kartonik jest też lżejszy. Dzięki temu generuje mniejszą ilość odpadów. Charakteryzuje się mniejszą emisją CO2 w procesie produkcji, co zdecydowanie jest dodatkowym atutem w czasach gdzie konsumenci coraz bardziej dbają o środowisko.

Karton z tektury wielowarstwowej, dwustronnie powlekanej polietylenem.

Karton z nadrukiem IJV Flexo. Zamknięcie to Eto-Cap U wykonane z HDPE. Podstawa zamknięcia została wykonana z LDPE.



Linia opakowań Muesli dla Crownfield

Płatki z linii Crownfield

Zgłaszający, użytkownik: Lidl

Producent: Chemes – etykiety, Art & Print - Wkładki

Projektant: Delikatessen Brand & Design Agency, Dom Marki Max Von Jastrov

Crownfield – musli w tubie – to nowe podejście do musli zarówno od strony design jak również formatu opakowania. Crownfield odchodzi od tradycyjnej torebki czy kartonika z którym kojarzy się musli, na rzecz wyróżniającą się z półki tuby. Nowy kształt pozwolił na ciekawe rozłożenie akcentów graficznych, dzięki temu prócz elementów które powinny pokazać się na każdym opakowaniu, udało się przemycić kilka smaczków rysowanych nienachalna zabawną kreską. Kontra opakowania to dodatkowa historia która w możliwe prosty ale i graficznie ujmujący sposób przedstawia prostotę składu. Całość wydruku na opakowaniu zostało wzbogacone lakierem strukturalnym, który sprawia że musli zyskuje na swojej premiiowości. Jest to nowa linia płatków Muesli, 10 różnych kompozycji składników - każdy znajdzie coś dla siebie. Powstała z myślą o zdrowym i pożywnym śniadaniu bez zbędnego cukru i ulepszcaczy.

Tuba C/PAP, wieczko plastikowe i wkładka papierowa.



Lord Nelson Tea&Owoc

Linia herbat dla marki Lord Nelson

Zgłaszający, użytkownik: Lidl

Producent: Drukarnia Impresta

Projektant: Dom Marki Max Von Jastrov

Lord Nelson – Tea & Owoc, to nowa propozycja w ramach ugruntowanej już marki własnej Lord Nelson. Owocowa herbata, serwowana w trójwymiarowej torebce typu „piramidka”, zostały obdarzone zabawną nazwą i designem opakowania, który można opisać jako „realizm magiczny”. Mamy więc do czynienia z kunsztownie przedstawionymi składnikami herbaty, jakościową ilustracją pejzażu na którym występuje, główny owocowy składnik herbaty. Dodatkowym wzbogaceniem projektu jest, „piramidka” sama w sobie, odwzorowana foto realistycznie, w taki sposób aby dać początek wyżej przedstawionemu, akwarelowemu odwzorowaniu owoców i pejzażu.

Opakowanie kartonowe, offset.

Winoteka Netto

Display na ozdobne torby na wino

Zgłaszający, producent i projektant: Smurfit Kappa Polska

Użytkownik: Netto

Winoteka Netto to gotowe rozwiązanie tzw. sprzedaży łączonej, którym sklep może wesprzeć zabieganych klientów. Stand, na którym znajdziemy torebki na pojedynczą butelkę czy też koszyczek na 6 sztuk wina pomoże nam wyjść ze sklepu z gotowym upominkiem. Display dostarczany jest do sklepów w formie złożonej, zatowarowanej i gotowej do szybkiej ekspozycji po zdjęciu transportowego wieka. Display Netto charakteryzuje się zwartą i lekką w odbiorze formą która świetnie wpisuje się w otoczenie półek sklepowych i jest ich praktycznym uzupełnieniem.

Display oraz koszyk na 6 butelek zostały wykonane z szarej tektury falistej. Grafika w jednym kolorze w technologii flexo nawiązuje do ekologii, a tym samym bardziej podkreśla i eksponuje wielobarwne najczęściej etykiety butelek alkoholi. Haki do zawieszenia torebek wykonane są z surowca nadającego się do recyklingu a ich oddzielenie od reszty materiału nie jest problemem.





ART OF PACKAGING *PROFESSIONAL*

KATEGORIA OPAKOWANIE CYFROWE

PARTNERZY



Indigo Division





Gin 24 Herbs 700 ml

Opakowanie na alkohol

Zgłaszający, producent: Grafpol

Projektant: Moono

Użytkownik: Trend Spirits

Kiedy kupuję gin jako prezent (lub realizuję specjalną dla mnie okazję), szukam najlepszego możliwego ginu na półce. Bo jeśli chodzi o ludzi, których szczególnie cenię lub bardzo lubię, nie ma miejsca na opcję że coś jest „wystarczająco dobre”. 24 Herbs Gin zapewni najlepsze możliwe wrażenia z ginu do osób wyjątkowych w Twoim życiu. To chcieliśmy przekazać tworząc indywidualną butelkę i etykietę której stworzenie, dobór podłoża inspirowaliśmy kryształami i sztuką Svarovskeigo.

Surowiec: Silver Orion RP30,

Technologia: druk na maszynie cyfrowej

Uszlachetnienia: złocenie hot stamping folią API 2308MH Turquoise

tłoczenie wysokie elementów złożonych + motywów roślinnych w dolnej części etykiety

Opakowanie do cateringu

Opakowanie do dań na wynos

Zgłaszający: Digit Pack

Producent: Lenart

Projektant: Digit Pack, Leoart

Użytkownik: Figaro

Opakowanie ma prostą i jednocześnie bardzo funkcjonalną bryłę, co umożliwia bezpieczne przenoszenie zapakowanych dań a jednocześnie daje dużą powierzchnię do wykonania grafik nawiązujących do menu restauracji. Grafika na opakowaniu wykonana jest za pomocą druku cyfrowego na podstawie zdjęć dań serwowanych przez restaurację. Opakowanie posiada uchwyty do przenoszenia oraz system poziomych przegród umożliwiający jednoczesne przenoszenie kilku dań. Przegródą pozioma jest wykorzystywana jako pokrywa zamykająca od góry opakowanie transportowe. Tektura falista dodatkowo chroni dania przed szybkim wystudzeniem. Opakowanie jest wykorzystane powtórnie do odsyłania do restauracji porcelanowych talerzy. Opakowanie wykonane jest z tektury falistej, czyli materiału przyjaznego środowisku, które można poddać recyklingowi.





Opakowanie na świece sojowe

Opakowanie z okazji Dnia Ziemi

Zgłaszający, producent i użytkownik: Unilogo Digital Printing
Projektant: M Studio Małgorzata Jurko

Projekt etykiet jak i opakowania (papier kraftowy) nawiązuje grafiką do organicznych motywów, które mają wzbudzać skojarzenia z naturą. To z kolei idealnie korespondowało z Dniem Ziemi. Na etykiecie zastosowano uszlachetnienie w postaci cyfrowego lakieru 3D oraz srebrnej farby. Celem tego zabiegu było pokazanie klientom, że surowiec z dodatkiem recyklatu można z powodzeniem uszlachetniać. Taka eko-etykieta wpisuje się w obecny trend troski o naturę. Zapach tych świec jest limitowany i został stworzony również na potrzeby tej promocyjnej akcji (nadrzędna nuta to palo santo).

Cyfrowa technologia druku HP Indigo 6900
Folia biała rpe 80 TOP – z dodatkiem 1/3 recyklatu.
Laminat matowy
Cyfrowy lakier 3D UV (odpowiada za wypukłości na etykiecie).
Silver ink

The power of Natural

Opakowanie na kosmetyki

Zgłaszający, producent i użytkownik: Koncept
Projektant: Koncept Studio Graficzne

Zestaw opakowań The power of natural stanowi odpowiedź na zapotrzebowanie branży kosmetycznej – printy obrazujące polskie kwiaty wpisują się w klimat linii kosmetycznych posiadających w składzie naturalne wyciągi roślinne. Idąc dalej proponujemy też ekologiczne opakowanie na podłożu typu kraft - wykonane w 70% z włókien pierwotnych i w 30% z włókien z recyklingu aby opakowanie jak najbardziej identyfikowało się z produktem w nim zawartym.

Pudełka wykonane z materiału – karton GC1 arktyka 250g, kraftliner 300g oraz etykiety na podłożu samoprzylepnym białym i kraftowym. Technika druku – cyfrowy druk na maszynie HP Indigo 7900. Przestrzeń barw – CMYK + kolor biały na podłożu kraftliner.

Uszlachetnienie na kartonie GC1 folią soft touch oraz tłoczenie na gorąco metodą hot stamping.

Konstrukcja – sztancowanie z wykrojnika, klejenie liniowe.





Harmonia dwóch światów

Opakowanie na dwie butelki wina

Zgłaszający, producent i projektant: Adams

Użytkownik: Bartex – Bartol

Inspiracją dla konstrukcji opakowania była tytułowa „harmonia”. Instrument bez wątplenia kojarzący się z radosnym trybem życia, a co za tym idzie nawiązujący do zamkniętego w opakowaniu trunku. Opakowaniu zawiera dwie butelki wina, pierwsza pochodząca z Chile, druga pochodząca z Hiszpanii. Wina zrodzone w tak odległych, a zaraz tak bliskich sobie rejonach świata, nasuwają nam skojarzenie z hasłem „dwa światy”, które w tym przypadku stanowi inspiracją dla pokrywającej opakowanie grafiki. Zestawia ona ze sobą współczesną twórczość hiszpańskiego malarza Salvadora Dalí z rękodziełem plemienia Mapuche, tworzonym w czasach przedkolumbijskich.

Tektura falista, fala'E", konstrukcja klejona, druk cyfrowy.

Opakowania kartonowe Innubio

Olejek konopny

Zgłaszający, producent: Cieszyńskie Zakłady Kartoniarskie

Projektant i użytkownik: Innubio

Seria opakowań na olejki CBD o różnym stężeniu. Im wyższe stężenie tym kolor bardziej ognisty. Od czarnego do czerwonego. Skromna wizualnie grafika z liśćmi konopii drukowanymi w kontrze na tylnej stronie opakowania. Na górnej klapce hologram.

1. Druk:

- wykonany na HP Indigo 30000 na kartonie metalizowanym Invercote G Metalprint 329 gsm,
- druk VDP – zmienna numeracja.

2. Folia softtouch.

3. Cast&cure wykonane na Scodix Ultra 202 na górnej klapce.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **POS**





tfp grafika

Ferrero fiat 500

Ekspozycja i reklama marki Ferrero

Zgłaszający, producent i projektant: TFP-Grafika
Użytkownik: Skandinavisk Display & POS A/S

Stand zaprojektowany na potrzeby kampanii promocyjnej marki Ferrero. Wyspa służy jako dekoracja cało paletowa. Ekspozycja nawiązuje do historii włoskiej motoryzacji, mowa tu o starej klasycznej bryle Fiata 500 z lat 70. Auto zostało wykonane z 2 części dzięki czemu jest łatwy w montażu i przewożeniu.

Całość jest wykonana z tektury falistej jako ekspozycja ekologiczna. Korpus jest zbudowany z mocnej fali EE a reszta dekoracji z fali E która jest „bardziej plastyczna”. Zadrunk w technologii offsetowej – low-migration.

POS-baksetball

Punkt promocji i sprzedaży piłek do koszykówki

Zgłaszający: Digit Pack
Producent: Lenart
Projektant: Digit Pack, Leoart

POS Basketball pełni jednocześnie funkcję punktu sprzedaży oraz promocji piłek do gry w koszykówkę. Funkcje promocji piłek pełni ściana z przymocowanym zawodnikiem koszykówki. Zadrunkowana techniką cyfrową ściana przedstawia kadr z meczu koszykówki. Przekaz grafiki to: akcja, szybkość i energia płynąca ze sportu. W przedniej części standu umieszczono opakowanie z tektury falistej z produktem promowanym przez punkt sprzedaży. Piłki znajdują się na podwyższeniu ułatwiającym ich zakup. Grafika POS-u wraz z przestrzenną postacią zawodnika pozwala poczuć się uczestnikiem ważnego meczu. Druk cyfrowy umożliwia zadrunk dużych powierzchni i realistyczne wielokolorowe zadruki. Druk ten został użyty do zadrunkowania wszystkich elementów POS-u. Użycie tej samej technologii pozwala na utrzymanie zgodności kolorów, a także skraca czas wykonania standu.



ECHO „EcoHealthCheck”

Zdrowie i bezpieczeństwo

Zgłaszający, producent i projektant: Werner Kenkel

Użytkownik: Werner Kenkel Bochnia

Żyjemy w świecie, w którym dbanie o zdrowie nie znaczy tylko troskę o siebie ale także o innych. Pandemia spowodowała poczucie niepewności oraz braku zaufania wśród otaczającego nas społeczeństwa, przez co niezbędne czynności stają się obciążeniem komfortu psychicznego. Te zagrożenia stały się inspiracją do stworzenia projektu ECHO (EcoHealthCheck). Innowacyjny koncept oparty o nowoczesny design i co ważne: wykonany z tektury, przyciąga wzrok budując poczucie ostoi/bezpieczeństwa. Użyty materiał to tektura falista z nadrukiem wykonanym w technologii UVgel na powłoce barierowej umożliwiającej wielokrotną dezynfekcję. Dodatkowo zainstalowano system bezdotykowego pomiaru temperatury oraz dezynfekcji rąk. Układ sterowania działa w oparciu o kontroler oraz szereg czujników m.in. wykrywających obecność człowieka, monitorujące prawidłowe korzystanie z urządzenia. Ergonomiczny kształt pozwala na intuicyjne korzystanie ze standu, który dzięki komunikatom świetlnym, dźwiękowym oraz tekstowym jest intuicyjny w obsłudze. Podzespoły elektroniczne są w pełni demontowalne, możliwe do wykorzystania w kolejnych produktach, a przy zastosowaniu materiału ekologicznego na całość bryły, czyni ECHO projektem budżetowym i jednocześnie łatwym do recyklingu.



Andruty Kaliskie

Regionalny wyrób cukierniczy

Zgłaszający, producent i projektant: Smurfit Kappa Polska

Użytkownik: Zakład Cukierniczy Urszula Cicha-Kinowska

Andrut stworzony i produkowany od ponad 150 lat w Kaliszu jest bez wątpienia wytworem kultury miejskiej. Kultowym miejscem sprzedaży tego wyrobu był i nadal jest park, który powstał w roku 1798. Należy on do najstarszych w Polsce oraz najpiękniejszych parków miejskich. Jednym z charakterystycznych symboli tego parku jest pomnik Flory, którego wizerunek znalazł się na opakowaniu Andrutów kaliskich. Był on też dla nas inspiracją do stworzenia całej ekspozycji. Andruty kaliskie to też historia miasta, historia którą opisaliśmy i zilustrowaliśmy na kartach książki – ozdobnego opakowania tego regionalnego produktu.

Konstrukcja ekspozycji została w całości wykonana z szarej tektury falistej nawiązując tym samym do natury i tradycji. Ilustrowane karty historii to papier ozdobny. Ekologiczny wizerunek uzupełnia mono kolorowy nadruk w odcieniach brązu.

Kosz Wielkanocny

Ekspozycja wolnostojąca na produkty spożywcze Krakus

Zgłaszający, producent i projektant: Smurfit Kappa Polska

Użytkownik: Maspex MG MSW

Kosz Wielkanocny to gabarytowa i wolnostojąca ekspozycja przeznaczona na Święta Wielkanocne. Rozwiązanie które daje możliwość zaprezentowania szerokiej gamy produktów związanych z tradycją Wielkiej Nocy w nietuzinkowy w formie sposób. Kosz Wielkanocny Krakus to zgrabne połączenie elementów charakterystycznych dla wykwintnej marki z tradycyjnymi elementami świątecznymi. Wyjątkowy klimat został uzyskany również dzięki ręcznie rysowanym wzorom kraszanek.

Konstrukcja z tektury falistej z nadrukiem cyfrowym, wszystkie elementy połączone bez użycia plastiku. Projekt graficzny nawiązuje do tradycyjnych barw marki KRAKUS, co w połączeniu z rysunkiem kraszanek daje spójny i atrakcyjny efekt.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **PRAGNIENIA**





Seria Herbarius Gin

Opakowanie dla Polskiego Ginu Rzemieślniczego

Zgłaszający, producent i projektant: Versa Group

Użytkownik: Go Up

Koncepcja serii opakowań Ginów powstała z inspiracji ryciami roślin zawartymi w starych herbariach. Połączona została z elementem heraldycznym tworzącym logo Herbarius, sygnującym całą serię. W oparciu o te założenia stworzono branding, projekty etykiet z odręcznymi rysunkami, w etykiecie dla Navy Strength Gin zdobienia w klimacie marynarskim. Na etykiecie, dla podkreślenia rzemieślniczego charakteru trunku zaprojektowano miejsce umożliwiające odręczne sygnowanie każdej butelki. Stworzono też koncept eleganckiego pudełka ze złotym logiem. Etykieta wykonana jest w technologii druku cyfrowego na papierze ozdobnym czerpanym Canal Blanc firmy Fasson zabezpieczonym przez laminację folią matową. Użyto wykrojnika kształtowego oraz strukturalnego papieru w kolorze ecru, aby nadać etykiecie charakter nawiązujący do kart w starych zielnikach. Jedna z etykiet serii (Navy Strength Gin) została uszlachetniona złoceniem wykonanym w technologii HS, natomiast butelka ozdobiona sznurem w klimacie marynarskim. Pudełko wykonane z tektury, o wysokiej gramaturze, kaszerowanej czarnym papierem o strukturze płótna. W środku wkładka stabilizująca, na froncie złocenie w technologii HS.

On-pack ze szklanką

Philadelphia Boulevard Vodka

Philadelphia Boulevard Coffee

Zgłaszający, użytkownik: Toruńskie Wódki Gatunkowe

Producent: Nestorpack

Projektant: Ostecx Créative

Wyjątkowe opakowanie typu on-pack ze szklanką firmową nawiązuje do przeciwieństwa „dzień-noc” - wkładka wewnątrz pudełka różni się w zależności od wariantu smakowego wódki, ale wciąż opiera się na czerni i bieli, aby zachować motyw marki „Zamyka dzień. Otwiera noc”. Dodatkowo grafika na szklance firmowej nawiązuje do samej butelki i, z tym samym motywem graficznym, wygląda jak jej dolna część.

Surowiec GC2 350

Druk UV

lakier mat

Lakier UV błysk wybiórczy HS



Wódka Jednorodna Orkiszowa w tubie

Opakowanie na wódkę Jednorodną Orkiszową

Zgłaszający, użytkownik: Toruńskie Wódki Gatunkowe

Producent: Tuby K. Jakubowski

Projektant: Ostecx Créative

Tuba prezentowa dla wódki z segmentu premium. Aby podkreślić wysoką jako  c produktu, w tubie zosta   użyty elegancki czarny matowy soft touch, a złoty hot stamping sprawia, że produkt jest jeszcze bardziej stylowy. Wódka Jednorodna Orkiszowa dostarcza nie tylko wspaniałych wrażeń przy degustacji, ale także cieszy oko gustownym projektem.

Technologia:

3 warstwy spiralnie sklejone

wewnątrz ofset biały

zamknięcia metalowe w kolorze ZŁOTYM: denko zawinięte na tubie, wieczko t  czone

na wieczku nadruk 1-kolor (tampodruk) – pantone 426c

etykieta na papierze chromolux: CMYK, soft touch, hot stamping złoty standard



Tryb Dom  wki

Wódka Wyborowa 700ml

Zgłaszający, producent i projektant: Hammer Poznań

Użytkownik: Wyborowa, Pernod Ricard

Opakowanie ma za zadanie po  łączy   funkcje użytkową opakuwania premium z autorską gr   planszową, rozszerzoną o opcje interaktywne. Opakowanie zosta   wykonane na tekturze premium SBS 380g Ensocoat light coated reverse. Druk zosta   uszlachetniony lakierem mat po całosci oraz UV wybiórczo po stronie Awers, nadając nowoczesnej grafice przestrzenności.

521 Warsaw Dry Gin

Opakowanie na warszawską markę ginu

Zgłaszający, projektant: Color Press

Producent: etykieta – Color Press, butelka - Secret Spirits

Użytkownik: Secret Spirits

521 Warsaw Dry Gin jest pierwszą warszawską marką ginu. Przy tworzeniu marki i receptury tego ginu twórcy inspirowali się Wisłą i tym co nad nią rośnie. Zioła użyte do stworzenia receptury warszawskiego ginu znaleziono na łące na 521 kilometrze Wisły. Przy projekcie etykiety połączono element rzeki z wielkomejskością bo gin ma łączyć miasto i naturę, którą można odnaleźć w samym jego środku po drugiej stronie Wisły. Wewnątrz etykiety jest zdjęcie panoramy w odcieniu niebieskim, która nawiązuje do rzeki i koloru wody. Dodatkowo na etykiecie jest element symbolicznych fal białych i czarnych. Samo logo jest proste i nowoczesne jak marka, czarno białe. Założeniem było stworzenie etykiety, która by była nowoczesna, kreatywna, wykorzystywała wszystkie nowoczesne techniki graficzne i pozwalała z prostej butelki zrobić produkt klasy premium. Etykieta została wykonana na połączonych materiałach: winiarski Velmart i Folia PP Clear. Wydruk w technologii CMYK Inkjet UV został wykonany od wewnątrz etykiety, od zewnątrz zastosowano technologię fleksograficzną. Do uszlachetnienia użyto folii do hot stampingu w kolorze Rustic Copper.





ART OF PACKAGING *PROFESSIONAL*

KATEGORIA *PREMIUM*

PARTNERZY





Tuba 350 ml Nalewki Staropolskie

Tuba do nalewek staropolskich

Zgłaszający, użytkownik: Nalewki Staropolskie

Producent: Tuby K. Jakubowski

Projektant: White Boat Graphics & Media

Tuba ma nawiązywać do tradycji a jednocześnie stanowić elegancją, klasyczną oprawę dla smukłych butelek z wykwintną zawartością. W grafice znalazły się znane z etykiet Nalewek Staropolskich elementy (z widokiem Warszawy z 1617 roku w roli głównej), umieszczone na tle wzoru nawiązującego do orientalnych, dekoracyjnych tkanin, sprowadzanych do Polski w XVI i XVII wieku z bliskiego i dalekiego wschodu, cieszących się wówczas wielkim uznaniem.

Tuba tekturowa fi 60 mm x 380 mm, 3 warstwy spiralnie sklejone. Wewnątrz biały offset. Zamknięcia metalowe w kolorze złotym: denko zawinięte na tubie, wieczko klasyczne. Etykieta: 4+0 (CMYK druk offsetowy) + złoty hot stamping standard, papier chromolux 80g

Ziółka Zimowe Premium Cieleśnica

Opakowanie na zioła

Zgłaszający, producent i projektant: Papirus Studio

Użytkownik: Manufaktura Cieleśnica

Opakowanie jest nietuzinkowe, zaskakujące, ekskluzywne i tajemnicze. Daje wrażenie, że jego zawartość, Ziółka Zimowe Premium, to gwiazda wśród rozgrzewających herbat, a dla obdarowanego to rodzaj prezentu-niespodzianki. To innowacyjne opakowanie ma zaskakujący efekt po otwarciu. Pociągamy za aksamitną tasiemkę i wyłania się prezent oraz wyskakuje niespodziewanie błyszcząca cyrkoniami klapka z motto, ustawiając się pionowo, wprost do odczytania. Opakowanie ozdobione jest złotymi gwiazdkami, które lśnią na granatowym firmamencie nocnego nieba. Złożony granat luksusowej okleiny nadaje opakowaniu charakter premium i jednocześnie nawiązuje do płóciennego woreczka z rypową wstążeczką, w który otulony jest prezent leżący wewnątrz na złocie. Do wykończenia opakowania zastosowano tekturę lita 1,5mm. W etui zastosowano okleinę firmy Europapier Wibalin Napura Sisal w kolorze granatowym oraz hot stamping złotą folią. Do wykończenia szufladki z klapką zamykającą wykorzystano oklejkę i wklejkę Metallic Sun Gold 120g, a do ścianki frontowej szufladki okleinę Wibalin Napura Sisal w kolorze granatowym. Na klapce zamykającej wewnątrz szufladki i na etykiecie nadruk wykonano w technologii cyfrowej.





1233 Apple / Grape Vodka w kartoniku

Opakowanie wódek

Zgłaszający, użytkownik: Toruńskie Wódki Gatunkowe

Producent: NESTORpack

Projektant: TS Art Designer

Opakowanie prezentowe wysokiej jakości alkoholi, na bazie destylatu winogronowego i śliwkowego. Kartonik w formie ramy podkreśla jakość i rangę produktów, a złota wkładka od wewnątrz nadaje butelce blasku i tym samym elegancji.

surowiec GC2 350 g/m²

Druk UV

Lakier Hybrydowy HS

Wkładka :

surowiec GC2 300 g/m²

laminat złoty

Retman Vodka w tubie

Wódki Retman Crystal i Strong

Zgłaszający, użytkownik: Toruńskie Wódki Gatunkowe

Producent: Tuby K. Jakubowski

Projektant: TS Art Designer

Retman Vodka to alkohol premium dostępny w dwóch wariantach: wódka czysta o mocy 40% i wariant strong o mocy 50%. Wysoką jakość produktu podkreśla opakowanie prezentowe w formie dwóch różnych tub – białej dla wódki 40% i granatowej dla wódki 50%. Tuby nadają produktowi dodatkowej elegancji i są idealną propozycją na prezent z wyższej półki.

Technologia:

Tuba: 3 warstwy, spiralnie skleione, wewnątrz biały offset 80 g. Łącznik wewnątrz oklejony białym offsetem. Na zewnątrz oklejony etykietą na papierze chromoloux z hot stampingiem i lakierem 3D. Etykieta Retman 40%: kreda Quatro Gloss 130g, hot stamping folią 100 Grafmaj, 3+0 (PANTONE 2766, 200, white), lakier 3d, folia soft touch. Etykieta Retman 50%: kreda Quatro Gloss 130g, hot stamping folią 42-82, 3+0 (PANTONE 2766, 200, white), lakier 3d, folia soft touch. Retman 40% - denko w kolorze srebrnym. Retman 50% - denko w kolorze złotym.





Czekolada Smak i Sztuka w zgodzie z naturą

Opakowania czekolad

Zgłaszający, użytkownik: Olewnik

Projektant: Studio Loft Kulinarny

Opakowanie czekolad w zgodzie z naturą. Naturalne, ekologiczne kartony oraz folia zabezpieczająca czekolady wykonana z kukurydzy – dzięki czemu opakowanie w 100% podlega recyklingowi i nie stanowi zagrożenia dla natury. To główny cel to naturalność w 100% poprzez zastosowanie prostej formy, bez marnowania użytków papieru. Kółeczkiem na przodzie etykiet podkreślono delikatny design nawiązujący do logo, w którym także element ten występuje. Projekt graficzny to styl loftowy, mocno magazynowy dzięki zastosowaniu tabel, ramek, różnych fontów, by podkreślić magazynowy styl marki.

Kartony czekolad: Ecoline, GREY290G oraz Freelifa Kendo posiadające certyfikat FSC. Folia uzyskana z ziaren kukurydzy EarthFirst® PLA posiadająca atesty FSC oraz EU do kontaktu z żywnością oraz są zgodne z europejską normą EN 13432 dotyczącą kompostowalności i biodegradowalności. Uszlachetnienia druku to podkreślające ekskluzywność marki i wysoką jakość produktu tłoczenie wypukłe logo oraz kolor złoty pantone.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **SMAKU**





Puszka Książka Chopin Scherzo

Opakowanie wyrobów piernikowych

Zgłaszający, producent: Qubik

Projektant: Qubik, Fabryka Cukiernicza Kopernik

Użytkownik: Fabryka Cukiernicza Kopernik

Wyjątkowa puszka w kształcie luksusowej książki, zadruk również w środku samego opakowania, perfekcyjne tłoczenia, oraz bardzo skomplikowany druk gwarantują niesamowity, nieszlabyony luksusowy efekt.

Puszka wykonana jest z blachy stalowej, ocynkowanej o grubości 0,23 mm, zadrukowana offsetem.

Doypack ze struną craft papier 250 g

Opakowanie dla kawy palonej ziarnistej i mielonej

Zgłaszający, użytkownik: Cafe Creator

Producent: Labo Print

Projektant: Harvey Scott Agency

Kawy jednoskładnikowe 100% origin stanowią kwintesencję smaków i aromatów najlepszych kaw świata. Dobry design serii pozwolił uzyskać rozpoznawalną markę, w której poszczególne produkty nawzajem wspierają swoją sprzedaż. W przypadku serii tych kaw kody kolorystyczne pozwalają na szybkie rozróżnienie poszczególnych wyrobów, a ząbkowane brzegi etykiet stanowią wyjątkowe jej wyróżnienie. Odpowiedni dobór kolorystyki umożliwia również pokazanie klientowi jakiego typu produktu znajduje się w danym opakowaniu. Nowoczesne opakowania zaprojektowane w stylu kolorystycznych znaczków pocztowych podkreślają wysoką jakość produktów marki, a atrakcyjne i wyraziste kody kolorystyczne są idealnie dopasowane do aktualnych potrzeb. Etykieta wykonana z papieru półpołysk klej mocny AW344 firmy Avery Dennison. Wydrukowana cyfrowo na maszynie Jettron 4900 w technologii Inktjet UV 360/720 dpi., kolorystyka CMYK. Wycinanie do kształtu odbywa się laserowo stąd możliwość wycięcia nawet najbardziej wymagającego i skomplikowanego kształtu.





Z serca fabryki pierniki nadziewane.

XVIII Konkurs Chopinowski

Pierniki nadziewane

Zgłaszający, producent: Akomex

Projektant: Lookin' Good

Użytkownik: Fabryka Cukiernicza Kopernik

Opakowanie okolicznościowe pierników nadziewanych. Projekt opracowany na XVIII Konkurs Chopinowski. Opakowanie nawiązuje do wizyty kompozytora w Toruniu w 1825 r. i listu wysłanego do Jana Matuszyńskiego. Na opakowaniu umieszczono wizerunek Chopina i fragment listu. Zastosowano prostą formę graficzną z tłoczeniem przestrzennym ukazującym postać kompozytora. Widoczna struktura papieru podkreśla historyczny charakter opakowania.

Tektura powlekana GC1 ARKTIKA 275 g, konstrukcja z dnem automatycznym i samozatraskową klapką zamykającą, druk offsetowy z lakierem matowym + lakier UV. Zadruck po wewnętrznej stronie tektury. Tłoczenie 3D wybranych elementów graficznych.

Bomboniera/Pudełko Fige Migne Candybar

Pudełko na słóiczki z cukierkami

Zgłaszający, użytkownik: WeAtFactory

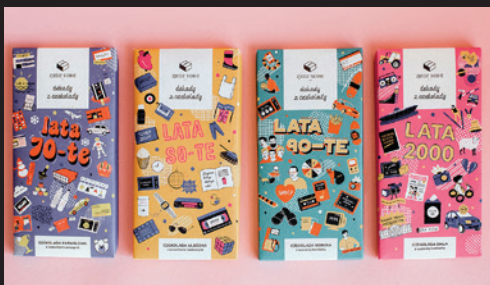
Producent: Papirus-Studio

Projektant: Infinity Power International, Grupa Leonardo

Wartości marki Fige Migne Candybar. Marka wprowadza do Polski nowy sektor słodczy, który zaskakuje swoim wyglądem i smakiem, a także stanowi elegancki prezent na każdą okazję. Naszą misją jest dawać ludziom produkty zaskakująco pyszne i piękne! Pragniemy znacząco wyróżnić się na tle innych produktów w branży słodczy, stąd „G” w naszym logo podskakuje - wybija się ponad to, co powszechne, znane i przeciętne. Zależało nam na tym, aby dać klientom dopracowany, piękny, elegancki i pyszny produkt, który chętnie kupią dla siebie, ale również obdarują nim innych. A każde doświadczenie z marką ma być miłym zaskoczeniem. Inspiracją stała się dla nas styl art deco, który jest skomplikowaną sztuką łączenia szczegółów w jedną spójną całość. A zastosowana geometria pozwoliła uzyskać efekt „uporządkowanego szaleństwa”, które doskonale odzwierciedla charakter marki Fige Migne Candybar.

Pudełko z okładką dark green, tektura lita 1,5 mm z białym spodem. Okleina Wibalin Finelinen Dark Green 115g. Złocenie folia złota mat (hot stamping). Magnesy neodymowe fi 10mm schowane pod okleiną. Wkładka – karton GC1 250 gr.





Zjedz sobie dekady z czekolady

Opakowania na tabliczki czekolady

Zgłaszający, projektant: musk

Producent: Drukarnia TŻ

Dekady z czekolady... to słodka podróż po ostatnich kilkunastu latach. Seria składa się z 4 czekolad, opisujących mniej lub bardziej głośne wydarzenia od lat 70-tych po lata 2000. Seria ma charakter kolekcjonerski, została zaprojektowana w taki sposób, aby każda część kupowana osobno stanowiła odrębną całość. Ideą produktu jest przybliżenie historii tym, którzy nie mieli okazji przeżyć jej osobiście, a także przypomnieć dawne czasy tym, którzy pamiętają je z własnego doświadczenia. Ciekawostki na opakowaniach stanowią niezwykłą kombinację wydarzeń głośnych i mniej znanych. Seria "Zjedz sobie...dekady z czekolady" skupia się nie tylko na przełomowych wydarzeniach, lecz także na zwykłych elementach rzeczywistości z danego okresu.

Wymiary pojedynczej tabliczki: 18 x 9,5 cm. Waga pojedynczej tabliczki: 100g. Każda tabliczka zapakowana jest w biodegradowalną folię. Papier niepowlekany, w kolorze kości słoniowej, z certyfikatem FSC. Gramatura: 140 g/m². Produkt zaprojektowany na Śląsku, a wyprodukowany ręcznie na Mazurach.

Sushi

Komponenty do tworzenia sushi

Producent, projektant i użytkownik: TFP

Naszym celem było stworzenie ciekawego opakowania dla składników przeznaczonych do samodzielnego robienia sushi. Jako że sushi staje się coraz popularniejsze w Europie, postanowiliśmy odejść od standardowych opakowań i stworzyć wyjątkowe pudełko, które przybliży konsumenta do Japonii. W tym celu podzielono opakowanie na 5 segmentów w kształcie trójkąta i na każdym segmencie zastosowano okienka imitujące japońskie drzwi z mlecznym prześwitem. W poszczególnych trójkątach znajdują się produkty do zrobienia sushi – mata, pałeczki, sos sojowy, wasabi, ryż.

Jako głównego materiału użyliśmy tektury litej zadrukowanej techniką offsetową. Dla uszlachetnienia opakowania dodaliśmy mleczną folię na okienka. Natomiast w celu zamknięcia i późniejszego otwarcia użyliśmy dwóch rodzajów taśm, odpowiednio klejowej i zrywającej.





ART OF PACKAGING *PROFESSIONAL*

KATEGORIA *TEKTUROWA KREACJA*

PARTNER





Kartonik Chopin Rye Organic Vodka

Wódka Chopin Rye Organic

Zgłaszający, użytkownik: Podlaska Wytwórnia Wódek Polmos

Producent: Prost-Key Packaging

Projektant: Metsä Board

Tektura zastosowana w opakowaniu wódki Chopin Rye Organic, wyprodukowana została przez fińską firmę Metsä Board. W Finlandii każde ścięte drzewo, jest zastępowane czterema nowymi sadzonkami. Projekt kartonika opiera się wyłącznie na technice składania manualnego i całkowicie eliminuje stosowanie kleju. Nawet podczas drukowania zastosowaliśmy minimalne pokrycie farbami o niskiej migracji, aby stworzyć opakowanie, które jest tak bezpieczne i przyjazne dla środowiska, jak to tylko możliwe - mały, ale ważny szczegół.

Materiał: Opakowanie z tektury typu fala F- wykonanej z niskogramaturowych, niepowlekanych kraftlinerów (100-160g/m²).

Uzlachetnienia: Minimalistyczne zdobienie w postaci wytłoczenia logotypu oraz zastosowania farb o niskiej migracji, które są przyjazne dla środowiska.

Konstrukcja: konstrukcja, której składanie nie wymaga użycia kleju. Pudełko pięknie eksponuje produkt, zaś umieszczenie klapki wielokrotnego otwierania pozwala na zmyśle ukrycie zabezpieczeń antykradzieżowych.

E-grocery box

2ed live produkty wysyłane

Zgłaszający, producent i projektant: Mondi Warszawa

E-grocery box to opakowanie idealne dla sklepów spożywczych prowadzących sprzedaż internetową z dowozem do klienta. Opakowanie posiada unikalny system zamykania bez taśmowego, wygodne ręczki do przenoszenia oraz zintegrowany separator w środku który pozwala na wykonanie podziału na jedną, dwie i cztery przegrody uniemożliwiające przemieszczanie produktów. Dodatkową zaletą E-grocery boxa jest jego drugie życie i możliwość wykorzystania go ponownie do wysyłek internetowych. Posiada taśmę klejową "hot-melt" i taśmę zrywającą "tear-tape" która pozwala na szybkie pakowanie i otwieranie pudełka. Jego rozmiar dostosowaliśmy tak by pasował do popularnych w dzisiejszych czasach paczkomatów. Opakowanie jest wykonane z myślą o środowisku w 100% z zasobów odnawialnych. Projekt stworzony w 100% z papieru makulaturowego i tektury falistej. Nadruk dedykowany dla konkretnego zastosowania produktowego, wykonany w technologii flexograficznej, na farbach wodnych.



Bałtyk

Napoje butelkowe o przekroju poziomym okrągłym

Producent, projektant i użytkownik: TFP

Wyjątkowe w swej formie opakowanie na Wódkę Bałtyk sprawia, iż na pierwszy rzut oka widać, że dostajemy w swoje ręce produkt z kategorii „limited” lub „premium”. Całość prezentuje się prestiżowo przez swój budzący ciekawość, nowoczesny design tak w postaci konstrukcji, jak i grafiki. Piękna szata graficzna z motywem polskiego morza przywołuje tradycyjne skojarzenia, jednocześnie oryginalna, niecodzienna konstrukcja odpowiada na potrzeby współczesnego świadomego konsumenta decydującego się na rzeczy nowe, ale i wyszukane. Opakowanie składa się z wielu elementów klejonych ręcznie, u podstaw konstrukcji wyróżnić można jednak dwie podstawowe części – spód i wieko. Kluczowym elementem jest wieko, które dzięki odpowiedniemu przygotowaniu, w połączeniu ze spodem imituje gwint. Obrót wieka wokół osi pionowej o kąt 45 stopni odblokowuje zamek. Po uniesieniu wieka w górę, pudełko otwiera się w oryginalny sposób, prezentując umieszczoną w nim butelkę w całej okazałości. Opakowanie wykonano z mikrofali zapewniającej odpowiednie parametry w procesie formowania, łączenia oraz ogólnej funkcjonalności opakowania.



CARTboard

Wózek zakupowy

Producent, projektant i użytkownik: Adams

Ten innowacyjny projekt powstał w okresie pandemii spowodowanej wirusem COVID-19. Głównym celem i założeniem była odpowiedź na pytanie, jak stworzyć produkt, który stanie się naszym zakupowym towarzyszem od momentu wejścia do sklepu aż do chwili jego opuszczenia i będzie ekologiczny, w 100% podatny recyklingowi. Czy nie doprowadzi do kontaktu naszego koszyka z innymi osobami, które potencjalnie mogą rozprzestrzeniać groźny wirus?! Otóż można... CARTboard czyli Innowacyjny w pełni ekologiczny wózek na zakupy. CARTboard oprócz tego, że całkowicie eliminuje powyższe problemy, pełni funkcję również naszej torby na zakupy, ponieważ w prosty sposób możemy go zamknąć i za pomocą umieszczonych uchwytów umieścić w samochodzie. Kolejną niezwykle istotną cechą jest możliwość wykorzystania powierzchni wózka do celów marketingowych, co w połączeniu z obecnymi możliwościami druku cyfrowego otwiera przed nami olbrzymie możliwości personalizacji.

CARTboard w tej wersji zaprojektowany został do zakupów o wadze ok. 7kg

Eko-krzesło z FEFCO201

Opakowanie na materac w sprzedaży e-commerce

Zgłaszający, producent i projektant: DS Smith Polska

Opakowanie zostało zaprojektowane tak, aby zapewnić bezpieczny transport materaca o wymiarach 200cm x 160cm do klienta w i spełniać zasady gospodarki o obiegu zamkniętym. Oznacza to, że materiały, z którego zostało wykonane opakowanie, po spełnieniu funkcji transportowej można zamienić w funkcjonalny mebel – designerskie krzesło. Można je łatwo złożyć z 5 elementów, które w prosty sposób można wyciąć z opakowania. Dzięki temu kupujący zyskuje mebel o wartości rynkowej około 90 zł, co stanowi wartość dodaną dla odbiorcy, a materiał pozostaje w użyciu.

Opakowanie FEFCO201o wymiarach 377x377x1616cm jest w 100% wykonane z tektury falistej. Na opakowaniu zostały wykonane nacięcia w celu ułatwienia odbiorcy wycięcia z niego 5 elementów, z których może złożyć w pełni funkcjonalne krzesło. Ze względu na podkreślenie ekologicznego charakteru opakowania jest ono bez nadruku. Istnieje możliwość zadruku, która może pozwolić na uzyskanie ciekawych efektów wizualnych lub ułatwić wycinanie elementów.

Wszystkie materiały nadają się w 100% do recyklingu – opakowanie jest w jednomateriałowe.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **URODY**

PARTNER

MERCK





Joko - kosmetyki make up

Linia kosmetyków do makijażu

Zgłaszający, producent i użytkownik: Miraculum
Projektant: Code.design

Opakowania proste i czyste w formie, kwadratowe, eleganckie. Design minimalistyczny, dominująca czerń i biel w opakowaniu, pozwalająca na wyeksponowanie koloru jako zawartości produktu do makijażu. W ofercie pojawiają się również produkty z pewną dozą szaleństwa kolorystycznego odbiegające od całej koncepcji, aczkolwiek posiadające DNA całej marki.

Papier: Arktika 300 g, FSC

Druk: offset,

Uszlachetnienia: tłoczenie, Folia HS, kolorystyka CMYK + Pantone
Szkło oszronione.

Miraculum 1924 Perfumeria Damska

Linia perfum damskich

Zgłaszający, producent i użytkownik: Miraculum
Projektant: Code.design

Linia wód perfumowanych Miraculum inspirowana jest ikonami popkultury. To cztery zapachy stworzone przez kobiety dla kobiet, które są pewne siebie w swoich wyborach i silne w działaniach, dla kobiet świadomych swej kobiecości. Kompozycje zapachowe opracowywane były z największą dbałością o każdy szczegół, we współpracy z francuskimi kreatorami z miasta Grasse - światowej stolicy perfum. Brilliant, Passion, Absolute, Aphrodisiac - afirmują współczesną kobietę, znanymi cytataми kultowych aktorek: Sophia Loren, Marilyn Monroe, Judy Garland oraz Audrey Hepburn. Design opakowania odwołuje się do trendu minimalistycznego, jednak opakowanie nie jest standardowe. Otwarcie kartonika zostało przeniesione na dłuższy bok, zdobiony abstrakcyjnym, malarskim akcentem. Na froncie opakowania jak i na buteleczce perfum widnieje nazwa a pod nią cytata kultowej ikony popkultury.

Papier: Astropremium 350 gFSC,

Druk: na lewej stronie offset,

Uszlachetnienia: tłoczenie, Folia HS, kolorystyka CMYK + Pantone



Linia produktów Pani Szyszka

Mieszanka aromaterapii do użytku w samochodzie

Zgłaszający, producent i projektant: Poskładani

Użytkownik: Krzysztof Czapski

Seria opakowań dla produktu „Pani Szyszka” to opakowanie jednostkowe, opakowanie na zestaw oraz mini stand. Głównym założeniem dla była ekologia. Opakowanie oddaje naturalność produktu. Wykonane z tektury szarej, makulaturowej z minimalistycznym nadrukiem podkreśla naturalne walory produktu. Mamy tu do czynienia z mieszanką zapachów do aromaterapii w samochodzie, drewnianym uchwytem, do którego przymocowana jest naturalna szyszka pełniąca funkcję nośnika dla wybranego olejku. Opakowania służą do zabezpieczenia produktów podczas wysyłek kurierskich. Wewnątrz opakowania zarówno pojedynczego jak i zestawu znajduje się wkładka stabilizująca produkt na czas transportu – jednocześnie ekspozująca produkt już po otwarciu opakowania. Stand to ekspozytor na potrzeby sprzedaży sklepowej. Utrzymany w stylu opakowań transportowych, również zaskakuje naturalnością. Unikalną cechą standu – oprócz jego konstrukcji jest ograniczenie lub całkowita eliminacja szkolenia produktowego dla sprzedawców, dzięki informacjom umieszczonym na tylnej ścianie. Opakowanie fasonowe wykonane z tektury falistej makulaturowej, fala B. Zadrukowane w technologii cyfrowej. Stand unikatowy z opcją postawienia lub powieszenia.



Seria produktów Hagi Baby

Kosmetyki dla dzieci

Producent, użytkownik: Hagi

Projektant: Podpunkt

Nasze opakowania zostały stworzone jako dopełnienie tego, co jest w środku. Wysoka jakość i najlepsze surowce dobierane przy produkcji kosmetyku miały się spotkać z najlepszym odwzorowaniem na etykiecie. Projekt graficzny ma powiedzieć konsumentom, że natura jest prosta – dlatego produkty Hagi Baby to pięć podstawowych, naturalnych i bezpiecznych kosmetyków dla niemowląt i dzieci. Opakowania cechuje zatem minimalizm i prostota, jednocześnie ważnym aspektem jest atrakcyjność dla najmłodszych użytkowników. Każde opakowanie to inny wizerunek zwierzątka – ich sylwetki obejmują dwie strony pudełka. Każdy zwierzątko ma też ciekawostkę na swój temat.

PCR, PET, papier, folia PE

Kartoniki z linii **Fiółek** Opakowania zewnętrzne do kosmetyków

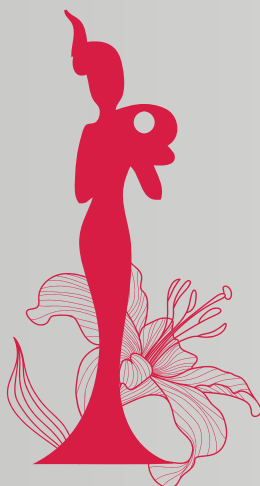
Zgłaszający, użytkownik: BrandClinic

Producent: A.G. Druk

Projektant: Uzdrowisco

W projekcie opakowań zależało na pokazaniu, że kosmetyki są naturalne, oparte na wyjątkowych roślinach, że czerpią z natury to co najlepsze, jednocześnie dbając o planetę. Dlatego zrezygnowano ze zdobień uniemożliwiających ponowne przetworzenie kartonu (np. hotspamping). Kluczowe dla projektu jest duże emocjonalne zdjęcie ukazujące kobiety, nieco tajemnicze, zastanawiające i artystyczne. Takie, które pokazuje, że nie chodzi o sam produkt, ale o kobietę, o tajemnicę, którą skrywa, o jej piękno... Kwiatowy element graficzny na opakowaniu nawiązuje do głównego składnika aktywnego użytego w kremie. Nazwy i czcionka odzwierciedlają harmonię, bez szumu informacyjnego. Są proste w przekazie i intuicyjne, a jednocześnie podkreślają czułe podejście do kobiet.

MetsaBoard Prime Bright tekstura typu GC1 z powlekanym białym spodem, 290 g. Druk offsetowy CMYK + 3 kolory pantone, sztancowanie, wykrojnik z wkładką zintegrowaną, lakier UV wybiórczo.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **Z SZUFLADY**





Eco Box

Opakowanie na jajka, owoce lub dania na wynos

Zgłaszający, producent i projektant: Stora Enso

Opakowanie ma na celu promowanie żywości naturalnej i działanie na rzecz produkcji ekologicznej. Pudełko zostało wykonane z tektury pochodzącej z recyklingu i jest w pełni biodegradowalne. Innowacyjny design i funkcjonalność przyciąga zainteresowanie konsumentów do wyboru produktów ekologicznych. Takimi opakowaniami firma Stora Enso wychodzi naprzeciw postawionemu przez Radę Europejską celowi jakim jest plan działania na rzecz rozwoju produkcji ekologicznej. Firma wspiera tym samym „Europejski Zielony Ład”, strategię „od pola do stołu”, oraz strategię na rzecz różnorodności biologicznej.

Materiał - Fala E – tektura falista lub lita

Konstrukcja do składania ręcznego niewymagająca użycia sklejarki

Druk flexo lub offset

Teczka dla zestawów kreatywnych

Pomoce dydaktyczne

Producent, projektant i użytkownik: TFP

Co roku w okolicach świąt Bożego Narodzenia firma TFP tworzy dydaktyczne zestawy kreatywne dla dzieci w wieku przedszkolnym. Tym razem postanowiono dołożyć dla zestawów kreatywnych ciekawą obwolutę. W teczce mieszczą się dwa zestawy kreatywne, do tego dodano piórniki i specjalną przegródkę na rysunkowe prace dzieci. Całość została wykonana z tektury litej z zadrukiem offsetowym. W celu przyciągnięcia wzroku dzieci zastosowano uszlachetnienia w postaci folii metalizowanej na zimno. Jako że były to prezenty świąteczne, dodaliśmy odpowiedni nadruk z bożonarodzeniowymi motywami.





Drewniana nasadka perfumeryjna

Zamknięcie flakonu do perfum

Zgłaszający, producent i projektant: AMK Vision Wood

Drewno w opakowaniu to znak dla Konsumenta, że producent dba o środowisko i stara się ograniczyć zużycie plastiku. Niemniej jednak wizje większości luksusowych marek perfumeryjnych opierają się na projektach, gdzie blask i różnorodność kolorystyczna stanowią podstawę a standardowe wykończenie drewna nie spełnia tych wymagań. Kula to czysta forma a abstrakcje uzyskane dzięki unikalnej technologii zdobienia nadają wyrobom wyjątkowego charakteru, który po wyczerpaniu produktu może z powodzeniem gościć w naszych wnętrzach jako element dekoracyjny. Do produkcji nasadek wykorzystujemy drewno pochodzące od dostawców z certyfikatem FSC (Forest Stewardship Council), który gwarantuje legalne źródło pochodzenia materiału. Do drewna montowana jest specjalna wkładka plastikowa, do produkcji której użyto o 55% mniej plastiku niż w przypadku standardowych wkładek. Jej specyficzny kształt pozwala na wyeliminowanie kleju w procesie montażu. A dzięki zastosowaniu środków od certyfikowanych dostawców powstające zdobienia na nasadkach dają efekt „ręcznego zdobienia”.

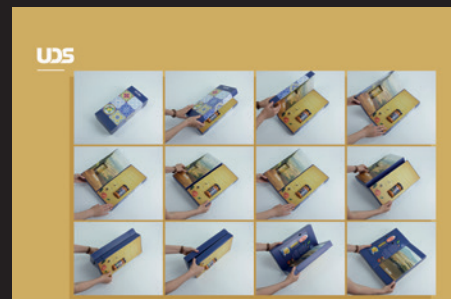
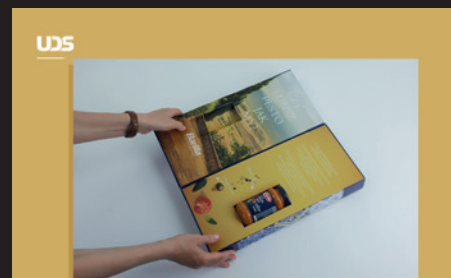
Przepis na spaghetti

Welcome pack dla przedstawicieli handlowych firmy Barilla

Zgłaszający, producent i projektant: UDS

Pomysł opakowania na „welcome pack” dla przedstawicieli handlowych. Projekt opakowania został zainspirowany starą konstrukcją zabawki nazywanej drabiną Jakuba. Grafika opakowania podkreśla w 100% włoskie pochodzenie z regionu Parmy, która słynie z żyznej gleby i ciekawej architektury. Opakowanie symbolizuje doskonale połączenie dwóch produktów: makaronu spaghetti oraz pesto z których można przygotować smaczny i zdrowy posiłek.

Opakowanie wykonane z tektury falistej zadrukowanej metodą druku cyfrowego.





Thank you

Opakowanie prezentowe na praliny

Zgłaszający, producent i projektant: Burgopak

Opakowanie na praliny jest bardzo proste w formie na zewnątrz. Po otwarciu widzimy imponujący niebieski kwiat pop-up. Jest umieszczony na klapce, pod którą znajdziemy praliny. Dodaje to elegancji oraz zaskakuje po otwarciu. Jest to produkt stworzony w celu podziękowania. Zastosowane kolory symbolizują czystość i kreatywność. Opakowanie jest wykonane z Arena Smooth White 300g, druk wykonano metodą cyfrową. Zastosowano również elementy 3d dodające opakowaniu elegancji.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

KATEGORIA **EKO**

Opakowanie ekologiczne, którego wyboru dokonuje Jury
spośród wszystkich zgłoszonych do konkursu opakowań





Doypack BIO Window Plus

Opakowanie na produkty suche, sypkie

Zgłaszający, producent i projektant: Coffee Service

Doypack BIO Window Plus poza podstawową funkcją ochronną (opakowanie przeznaczone do kontaktu z żywnością, wysoki poziom barierowości na tlen i parę wodną), wyróżnia się przede wszystkim ukierunkowaniem na aspekty ekologiczne. Wyprodukowane z surowców odnawialnych, nie jest uciążliwe dla natury, gdyż w odpowiednich warunkach ulega całkowicie rozkładowi do biomasy, wody i CO₂. Biodegradowalne zamknięcie strunowe jest szczególnie funkcjonalne w przypadku pakowania produktów sypkich. Zastosowane w opakowaniu transparentne okienko zapewnia atrakcyjną prezentację produktu.

Opakowanie BIO Window Plus jest w pełni biodegradowalne, wyprodukowane z surowców odnawialnych, tj. kukurydza, ścier drzewny. Opakowanie stojące Doypack z transparentnym okienkiem umożliwia prezentację zapakowanego produktu. Funkcjonalne zamknięcie strunowe umożliwia wielokrotne otwieranie i zamykanie opakowania. Istnieje możliwość wykonywania nadruków.



EKO-Nowy Rok

Opakowania z linii prezentów dla klienta

Zgłaszający, projektant i użytkownik: Model Opakowania
Producent: Senstudio

Prezent ma dwa zasadnicze cele. Pierwszy to pokazanie, że zwykła, makulaturowa tektura, przy odpowiedniej oprawie może wyglądać pięknie i imponująco. Drugi to zachęta do zatrzymania się na chwilę i odkrycia piękna, w tym co codzienne i prozaiczne. Użyte materiały i oprawa graficzna podkreślają ekologiczny charakter gadżetu, wykonany z naturalnych materiałów, przyjaznych dla środowiska. Wszystkie elementy opakowania mają za zadanie tworzyć jedną spójną strukturę, choć każdy z elementów jest wyjątkowy sam w sobie. Jednakże zestawione razem, z pozostałymi elementami zestawu tworzą wyjątkową kompozycję i zwiększają siłę przekazu, zarówno w kwestii ekologii, jak i ducha mindfulness. W nadruku wykorzystano elementy odnoszące się do filozofii eko, bycia tu i teraz, oraz do zawartości upominku – rodzajów herbat. Dodane złocenia podkreślają poczucie ekskluzywności. Podkreśla je również nadruk wykonany od środka i od zewnątrz, co w połączeniu z konstrukcją daje efekt wzmocnienia tzw. unboxing experience. Konstrukcja kartonu zewnętrznego podpowiada jak można ciekawie zaprojektować opakowanie e-commerce, które podkreśla przyjemność z odpakowywania.





Opakowanie do cateringu

Opakowanie do dań na wynos

Zgłaszający: Digit Pack

Producent: Lenart

Projektant: Digit Pack, Leoart

Użytkownik: Figaro

Opakowanie ma prostą i jednocześnie bardzo funkcjonalną bryłę, co umożliwia bezpieczne przenoszenie zapakowanych dań a jednocześnie daje dużą powierzchnię do wykonania grafik nawiązujących do menu restauracji. Grafika na opakowaniu wykonana jest za pomocą druku cyfrowego na podstawie zdjęć dań serwowanych przez restaurację. Opakowanie posiada uchwyty do przenoszenia oraz system poziomych przegród umożliwiające jednoczesne przenoszenie kilku dań. Przegroda pozioma jest wykorzystywana jako pokrywa zamykająca od góry opakowanie transportowe. Tektura falista dodatkowo chroni dania przed szybkim wystudzeniem. Opakowanie jest wykorzystane powtórnie do odsyłania do restauracji porcelanowych talerzy. Opakowanie wykonane jest z tektury falistej, czyli materiału przyjaznego środowisku, które można poddać recyklingowi.



E-grocery box

2ed live produkty wysyłane

Zgłaszający, producent i projektant: Mondi Warszawa

E-grocery box to opakowanie idealne dla sklepów spożywczych prowadzących sprzedaż internetową z dowozem do klienta. Opakowanie posiada unikalny system zamykania bez taśmowego, wygodne ręczki do przenoszenia oraz zintegrowany separator w środku który pozwala na wykonanie podziału na jedną, dwie i cztery przegrody uniemożliwiające przemieszczanie produktów. Dodatkową zaletą E-grocery boxa jest jego drugie życie i możliwość wykorzystania go ponownie do wysyłek internetowych. Posiada taśmę klejową "hot-melt" i taśmę zrywającą "tear-tape" która pozwala na szybkie pakowanie i otwieranie pudełka. Jego rozmiar dostosowaliśmy tak by pasował do popularnych w dzisiejszych czasach paczkomatów. Opakowanie jest wykonane z myślą o środowisku w 100% z zasobów odnawialnych. Projekt stworzony w 100% z papieru makulaturowego i tektury falistej. Nadruk dedykowany dla konkretnego zastosowania produktowego, wykonany w technologii flexograficznej, na farbach wodnych.





CARTboard

Wózek zakupowy

Producent, projektant i użytkownik: Adams

Ten innowacyjny projekt powstał w okresie pandemii spowodowanej wirusem COVID-19. Głównym celem i założeniem była odpowiedź na pytanie, jak stworzyć produkt, który stanie się naszym zakupowym towarzyszem od momentu wejścia do sklepu aż do chwili jego opuszczenia i będzie ekologiczny, w 100% podatny recyklingowi. Czy nie doprowadzi do kontaktu naszego koszyka z innymi osobami, które potencjalnie mogą rozprzestrzeniać groźny wirus?! Otóż można... CARTboard czyli Innowacyjny w pełni ekologiczny wózek na zakupy. CARTboard oprócz tego, że całkowicie eliminuje powyższe problemy, pełni funkcję również naszej torby na zakupy, ponieważ w prosty sposób możemy go zamknąć i za pomocą umieszczonych uchwytów umieścić w samochodzie. Kolejną niezwykle istotną cechą jest możliwość wykorzystania powierzchni wózka do celów marketingowych, co w połączeniu z obecnymi możliwościami druku cyfrowego otwiera przed nami olbrzymie możliwości personalizacji.

CARTboard w tej wersji zaprojektowany został do zakupów o wadze ok. 7kg

Corebox

Skrzynia transportowa z tektury

Zgłaszający, producent i projektant: Amazepack

Corebox jest ekologiczną alternatywą dla skrzyń do transportu dla branż automotive, transportu lotniczego, medbli i wielu innych dużych i ciężkich produktów. Konstrukcja pozwala na przetransportowanie Corebox do klienta złożonego na płasko. Następnie można w prosty sposób go rozłożyć i zaadować. Ładunek dzięki odpowiednio dopasowanej konstrukcji jest od razu zabezpieczony do transportu. Corebox ma specjalne wypustki umożliwiające użycie wózka widłowego do jego przetransportowania, co bardzo ułatwia załadunek np. na naczepę ciężarówki.

Corebox jest całkowicie wykonany z tektury, co wpływa na to iż jest bardzo ekologiczny.





ART OF PACKAGING *PROFESSIONAL*

WYRÓŻNIENIE
PRZEWODNICZĄCEJ JURY





The power of Abstract

Opakowania na kawę, herbatę, zioła, kosmetyki

Zgłaszający, producent i użytkownik: Koncept

Projektant: Koncept Studio Graficzne

Seria opakowań typu teabox z serii power of abstract przeznaczona jest do szerokiego grona odbiorców. Forma opakowania nie zamyka się na konkretny typ produktu. Podłoże, z którego jest zrobione opakowanie posiada atest do kontaktu z żywnością, może więc służyć do produkcji opakowań spożywczych, farmaceutycznych czy kosmetycznych. 14 geometrycznych wzorów symbolizuje nowoczesne podejście i stanowi propozycję zaprezentowania rozmaitych produktów w odważnych, przyciągających oko opakowaniach.

Pudełka wykonane z materiału – karton GC1 arktika 250g. Technika druku – cyfrowy druk na maszynie HP Indigo 7900. Przestrzeń barw – CMYK. Uszlachetnienie folią mat lub soft touch oraz tłoczenie na gorąco metodą hot stamping. Konstrukcja – sztancowanie z wykrojnika, klejenie liniowe.

Linia produktów Pani Szyszka

Mieszanka aromaterapii do użytku w samochodzie

Zgłaszający, producent i projektant: Poskładani

Użytkownik: Krzysztof Czapski

Seria opakowań dla produktu „Pani Szyszka” to opakowanie jednostkowe, opakowanie na zestaw oraz mini stand. Głównym założeniem dla była ekologia. Opakowanie oddaje naturalność produktu. Wykonane z tektury szarej, makulaturowej z minimalistycznym nadrukiem podkreśla naturalne walory produktu. Mamy tu do czynienia z mieszanką zapachów do aromaterapii w samochodzie, drewnianym uchwytem, do którego przymocowana jest naturalna szyszka pełniącą funkcję nośnika dla wybranego olejku. Opakowania służą do zabezpieczenia produktów podczas wysyłek kurierskich. Wewnątrz opakowania zarówno pojedynczego jak i zestawu znajduje się wkładka stabilizująca produkt na czas transportu – jednocześnie eksponująca produkt już po otwarciu opakowania. Stand to ekspozytor na potrzeby sprzedaży sklepowej. Utrzymany w stylu opakowań transportowych, również zaskakuje naturalnością. Unikalną cechą standu – oprócz jego konstrukcji jest ograniczenie lub całkowita eliminacja szkolenia produktowego dla sprzedawców, dzięki informacjom umieszczonym na tylnej ścianie. Opakowanie fasonowe wykonane z tektury falistej makulaturowej, fala B. Zadrukowane w technologii cyfrowej. Stand unikatowy z opcją postawienia lub powieszenia.



Bee Inspired by Nature!

Prezent dla Klientów i Kontrahentów

Producent, projektant i użytkownik: Burgopak

Pomysł na opakowanie powstał w momencie stworzenia w Firmie naszej własnej pasieki. Postanowiliśmy uhonorować pszczoły jako nasze dobro i podkreślić ich znaczenie w naszym życiu. Chcieliśmy pokazać, że wyginiecie pszczół to realne zagrożenie i musimy docenić ich wspaniałą pracę. Stąd powstało z pozoru minimalistyczne opakowanie, które po otwarciu zaskakuje swoim blaskiem i luksusem. Opakowanie jest jednocześnie ekologiczne jak również eleganckie. Do produkcji użyto surowca Kraftliner 300 g/m² z certyfikatem FSC. Na zewnątrz opakowanie jest bardzo minimalistyczne – widzimy tylko złote hasło na froncie. Po otwarciu w centralnym punkcie słoik miodu a dookoła rój złotych, szlachetnych pszczół wykonanych metodą hot-stampingu. Zabieg ten miał na celu wzbogacenie opakowania o dodatkowe efekty odbijania światła. Na słoiku zastosowano cynowe etykiety oraz lniane płótno podkreślające ekologiczny oraz luksusowy charakter.



Harmonia dwóch światów

Opakowanie na dwie butelki wina

Zgłaszający, producent i projektant: Adams
Użytkownik: Bartex – Bartol

Inspiracją dla konstrukcji opakowania była tytułowa „harmonia”. Instrument bez wątpienia kojarzący się z radosnym trybem życia, a co za tym idzie nawiązujący do zamkniętego w opakowaniu trunku. Opakowaniu zawiera dwie butelki wina, pierwsza pochodząca z Chile, druga pochodząca z Hiszpani. Wina zrodzone w tak odległych, a zaraz tak bliskich sobie rejonach świata, nasuwają nam skojarzenie z hasłem „dwa światy”, które w tym przypadku stanowi inspiracją dla pokrywającej opakowanie grafiki. Zestawia ona ze sobą współczesną twórczość hiszpańskiego malarza Salvadora Dalí z rękodziem plemienia Mapuche, stworzonym w czasach przedkolumbijskich.

Tektura falista, fala'E", konstrukcja klejona, druk cyfrowy.

Timberman Blended Malt Scotch Whisky

Etykieta na whisky

Zgłaszający, producent: Eticod

Projektant: Cocoa

Użytkownik: Dębowa Polska

Etykiety wykonane na wyselekcjonowanym papierze z wyrazistą strukturą, którego elegancję podkreśla prosta, ale pełna mocy szata graficzna. Opakowanie oddające ducha produktu – spotkanie tradycji z charakterem. Dwa warianty 3 i 6 letniej whisky o odmiennej kolorystyce wzmacniają pozycję produktu na półce alkoholi wysokoprocentowych co raz częściej spożywanych w naszym kraju przez większe grono smakoszy tego typu trunków.

Druk fleksograficzny na papierze strukturalnym typu PAMPA, z wykorzystaniem złotej farby metalicznej oraz sitodruku, w celu podkreślenia siły marki Timberman.





ART OF PACKAGING **PROFESSIONAL**

**GOLDEN
PIXEL
AWARD**

NAGRODA **GOLDEN PIXEL**





Minister - destylat z piwa

Etykieta na destylat z piwa rzemieślniczego

Zgłaszający, producent: Eticod
Projektant: Ostecx Creative
Użytkownik: Ministerstwo Browaru

Kunszt piwowski, kunszt gorzelniczy oraz kunszt designerski – to najbardziej trafny opis produktu. Całość jest stonowana i nienachalna, swoją moc ukazuje przy bliższym poznaniu. Subtelne metalizy i wyraźne wykończenie opakowania kryją istną eksplozję aromatów ukrytych w butelce. Całość zdecydowanie zasługuje na miano wyjątkowego i ekskluzywnego. Druk cyfrowy na srebrnej folii z białym wybiórczym poddrukiem wykończony laminatem błyszczącym i lakierem Sandpaper.

Wódki Ustrońskie

Etykiety na wódki rzemieślnicze

Zgłaszający, producent: Eticod
Projektant: Katarzyna Kara
Użytkownik: Browar Wrzos

Prezentujemy szatę graficzną alkoholi z Gorzelnicy Wrzos, oferującej ambitną gamę produktów rzemieślniczych. Inspiracją dla etykiet stanowiła alchemia i starodruki. Na butelce znajdują się symbole alchemiczne, pieczęcie i stylizowane rysunki, a poszczególnym alkoholom nadaliśmy łacińskie nazwy. Tło dla pieczęci z przodu butelki stanowią autorskie ilustracje, umieszczone na rewersie etykiety tylnej, nadające zawartości butelki kolorowy odcień. Seria kładzie mocny nacisk na kolor i różnorodność.

Fronty: druk cyfrowy HP Indigo na srebrnej folii z wybiórczym białym poddrukiem w celu wydobywania różnej głębi kolorystycznej metalizy, wykończone laminatem matowym.

Kontury: druk cyfrowy HP Indigo na folii transparentnej, z wykorzystaniem koloru białego jako „bariery” (aby uzyskać efekt druku od strony kleju), wykończone laminatem matowym.



Gin 24 Herbs 700 ml

Opakowanie na alkohol

Zgłaszający, producent: Grafpol

Projektant: Moono

Użytkownik: Trend Spirits

Kiedy kupuję gin jako prezent (lub realizuję specjalną dla mnie okazję), szukam najlepszego możliwego ginu na półce. Bo jeśli chodzi o ludzi, których szczególnie cenię lub bardzo lubię, nie ma miejsca na opcję że coś jest „wystarczająco dobre”. 24 Herbs Gin zapewni najlepsze możliwe wrażenia z ginu do osób wyjątkowych w Twoim życiu. To chcieliśmy przekazać tworząc indywidualną butelkę i etykietę której stworzenie, dobór podłoża inspirowaliśmy kryształami i sztuką Svarovskeigo.

Surowiec: Silver Orion RP30,

Technologia: druk na maszynie cyfrowej

Uszlachetnienia: złocenie hot stamping folią API 2308MH Turquoise

Łtocczenie wysokie elementy złożonych + motywów roślinnych w dolnej części etykiety



Harmonia dwóch światów

Opakowanie na dwie butelki wina

Zgłaszający, producent i projektant: Adams

Użytkownik: Bartex – Bartol

Inspiracją dla konstrukcji opakowania była tytułowa „harmonia”. Instrument bez wątpienia kojarzący się z radosnym trybem życia, a co za tym idzie nawiązujący do zamkniętego w opakowaniu trunku. Opakowaniu zawiera dwie butelki wina, pierwsza pochodząca z Chile, druga pochodząca z Hiszpanii. Wina zrodzone w tak odległych, a zaraz tak bliskich sobie rejonach świata, nasuwają nam skojarzenie z hasłem „dwa światy”, które w tym przypadku stanowi inspiracją dla pokrywającej opakowanie grafiki. Zestawia ona ze sobą współczesną twórczość hiszpańskiego malarza Salvadora Dalí z rękodziełem plemienia Mapuche, tworzonym w czasach przedkolumbijskich.

Tektura falista, fala'E", konstrukcja klejona, druk cyfrowy.



Zjedz sobie dekady z czekolady

Opakowania na tabliczki czekolady

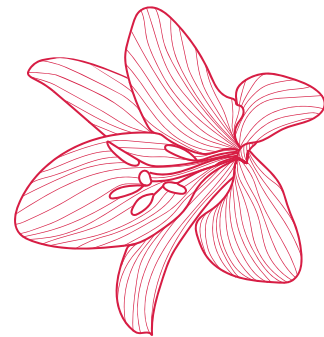
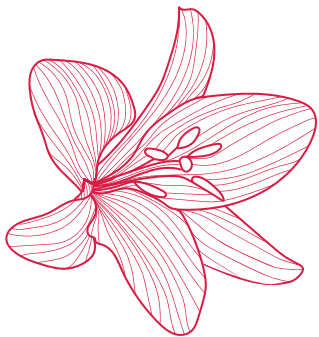
Zgłaszający, projektant: musk

Producent: Drukarnia TŻ

Dekady z czekolady... to słodka podróż po ostatnich kilkudziesięciu latach. Seria składa się z 4 czekolad, opisujących mniej lub bardziej głośne wydarzenia od lat 70-tych po lata 2000. Seria ma charakter kolekcjonerski, została zaprojektowana w taki sposób, aby każda część kupowana osobno stanowiła odrębną całość. Ideą produktu jest przybliżenie historii tym, którzy nie mieli okazji przeżyć jej osobiście, a także przypomnieć dawne czasy tym, którzy pamiętają je z własnego doświadczenia. Ciekawostki na opakowaniach stanowią niezwykłą kombinację wydarzeń głośnych i mniej znanych. Seria "Zjedz sobie...dekady z czekolady" skupia się nie tylko na przełomowych wydarzeniach, lecz także na zwykłych elementach rzeczywistości z danego okresu.

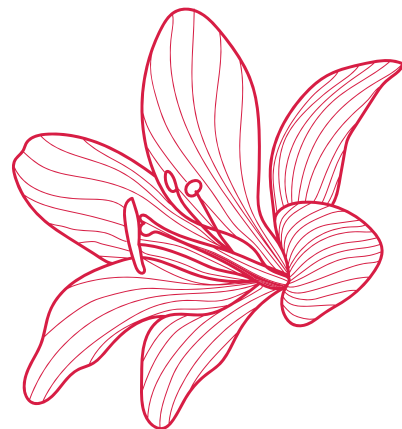
Wymiary pojedynczej tabliczki: 18 x 9,5 cm. Waga pojedynczej tabliczki: 100g. Każda tabliczka zapakowana jest w biodegradowalną folię. Papier niepowlekany, w kolorze kości słoniowej, z certyfikatem FSC. Gramatura: 140 g/m². Produkt zaprojektowany na Śląsku, a wyprodukowany ręcznie na Mazurach.





ART OF PACKAGING 2020

RETROSPEKCJA













Nasi Partnerzy



Metsä

Firma Metsä Board dostarczyła karton, który wykorzystano do druku Zaproszeń.

**LOGO
STAMP**

Firma Stamp Systems uszlachetniła Zaproszenia.



JOPPOL

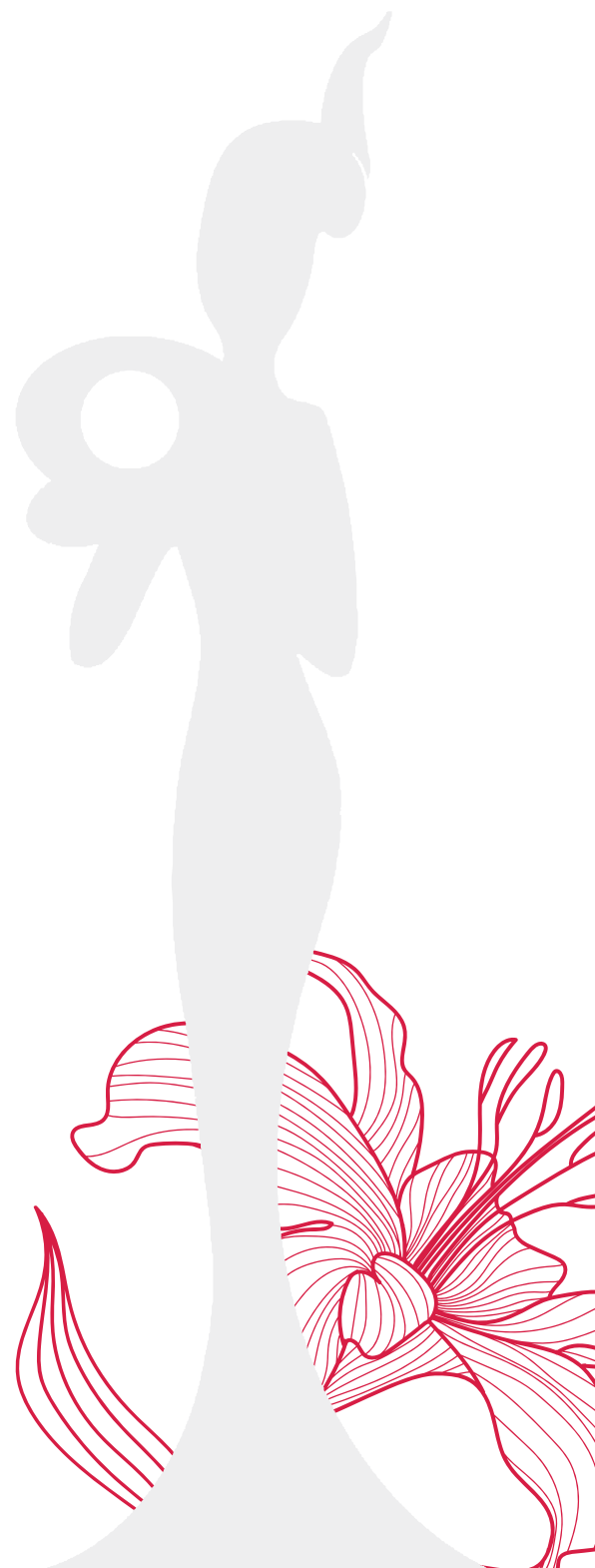
packaging printing house

Firma Joappol wydrukowała Zaproszenia.

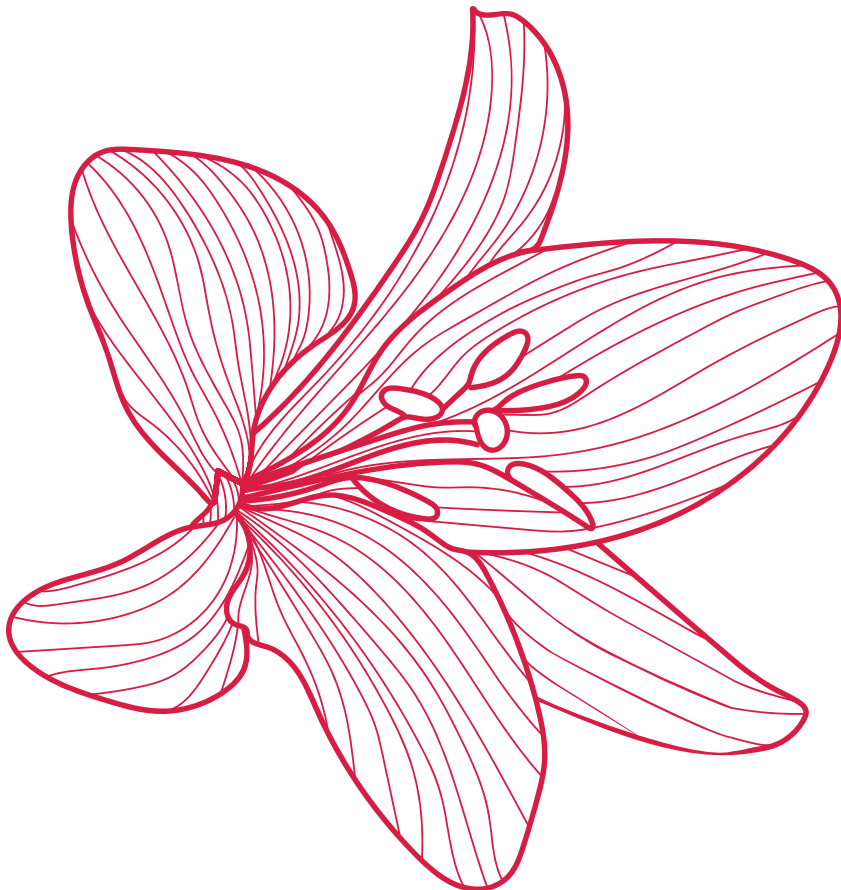
ICE TEAM

Lodową rzeźbę
wykonała firma ICE TEAM

Dziękujemy!







Biuro Konkursu ART of PACKAGING
www.artofpackaging.pl

Design by **BURGOPAK** >
POLAND

Intellectual property