



This programme is funded
by the European Union



Cross border training “Interaction of craftsmanship and design”

Упаковка

ENI-LLB-1-108 “Promoting preservation, availability
and development of intangible culture and local
history heritage improving sustainable culture tourism
competitiveness in Latvia, Lithuania and Belarus” /
“Rediscover the roots of regions”

- Упаковка продукции всегда привлекала внимание потребителей.
- Посмотрим на некоторые ключевые вопросы, относящиеся к упаковке, как с точки зрения производителей и продавцов, так и с точки зрения потребителей.

- Обычно мы не задумываемся о важности упаковки, хотя именно она во многом определяет наш выбор при выборе того или иного продукта. Кроме того, упаковка сегодня должна быть не только привлекательной, но также функциональной и экологически чистой.

- Упаковка имеет практическую функцию, она защищает продукт, позволяет поддерживать гигиену, но в настоящее время упаковка определенно намного больше. Это общение с потребителем. Упаковка - это часть маркетинга.

- Визуальная идентификация упаковки тщательно прорабатывается. Мы ищем лучшие способы привлечь внимание с помощью упаковки. Это текст, цвет и формат упаковки.

- В этой области тоже есть мода и тенденции, которые со временем меняются.
- например, при использовании собственной упаковки, приобретении взвешенных продуктов в собственной упаковке предпочтение отдается продуктам с экологически чистой упаковкой. Он основан на желании уменьшить количество отходов на планете.

- Функция упаковки в основном заключается в защите продукта.
- Однако из соображений экономии часто используются некачественные материалы.

При разработке концепции мы учитываем:

- продукт и его целевая аудитория;
- коммуникационный стиль и стратегия компании;
- расстояние и вид транспортировки упаковки;

Зачем нужна разработка концепции

- Определить цели
- Какому продукту упаковка предназначена,
- какова целевая аудитория и цель этого проекта?
- Ответы на эти вопросы помогут найти лучшее решение.

- Определить бюджет
- Бюджет, выделенный на производство упаковки, является важным фактором при разработке концепции. Вы можете выбирать из вариантов - экономичная, нестандартная или эксклюзивная упаковка.

- Чтобы предотвратить риски
- Снизить неопределенность производственных процессов и сроков, что позволит выявить и устранить потенциальные риски.

- Чтобы создать отличную упаковку
, который выделит его среди других товаров.

- Пусть желания совпадают с возможностями
- Разработка концепции - отличная проверка того, совпадают ли ваши пожелания с возможностями технологий, материалов, дизайна, объема и бюджета.

- РЕКОМЕНДУЕТСЯ изготовить прототип или реальный образец, чтобы устранить недостатки, оптимизировать производственные процессы и проверить упаковку на жизнь.

Тестирование материалов

- Проверяем, подходят ли выбранные для упаковки материалы для конкретной конструкции.

- После создания концепции, изготовления образца и окончательного согласования упаковочных материалов и конструкции создается тендер с указанием производственных затрат и сроков.

- После размещения продукции на рынке желательно сообщить, помогла ли упаковка достичь желаемого результата. Это улучшит будущее сотрудничество.

Изготовление нестандартной упаковки

- Можно комбинировать несколько техник и материалов, в том числе путем привлечения рабочей силы, когда необходимо выполнить нестандартные задачи, которые оборудование не может выполнить.

- Дизайн необходимо подготовить в виде векторов
- Если дизайн вам недоступен в виде векторов, перерисовка как платная услуга.

Как создать удачную упаковку продукта?

- Покупатель предпочтет продукт, послание которого соответствует его личной шкале ценностей. Например, те, кто несет большую ответственность за окружающую среду, выберут йогурт, расфасованный в перерабатываемую тару.

- Целевая аудитория.

Для продукта, популярного у пенсионеров, информация должна быть четкой, лаконичной и крупными буквами.

- Упаковка на полках магазинов - единственное, что говорит о товаре и его торговой марке.
- Товар похож на тётушек, сидящих на полках - одни активно болтают с нами, другие - тихо и безмолвно. Поэтому важно создать правильный имидж компании с помощью формы, графики и материалов.

- Упаковка должна быть функциональной, а также решать проблемы, связанные с продуктом.

- «При разработке упаковки для фисташек проблема была достаточно ясной, то есть некуда складывать скорлупу.
- Вот почему я создала упаковку, которая создает дополнительный контейнер для их размещения », - Майя Розенфельде упаковка« Mighty Nuts », получившей престижную награду« Red Dot »в 2014 году.



- Тестирование с участием пользователя - лучший способ проверить работоспособность упаковки.

- **Легко** узнаваемый - отчетливо видимая печать позволяет сотрудникам магазина легко найти товар
- Легко открывается - легко открывается в магазине, но достаточно прочен, чтобы выдерживать нагрузку во время операций цепочки поставок
- Легко продавать - легко заполнять на полках и занимает мало места
- Легко купить - покупатели легко узнают желаемый товар
- Легко перерабатывать - используется как можно меньше сырья и можно сортировать

- Дизайн также должен быть на эмоциях. Он должен иметь возможность воздействовать на наше подсознание, чтобы помимо функциональности могла развиваться магия.
- (Родившийся в Латвии шведский дизайнер, архитектор и профессор Андреис Легздиньш)

- Научившись правильно использовать различные материалы, можно создавать упаковку, не наносящую вреда качеству и содержанию продукта.

Основные виды упаковки

- дерево,
- пластик,
- стекло,
- металл,
- бумага
- картон

- Картон - один из самых распространенных видов упаковки. Печать на картонной упаковке возможна множеством способов. ее также можно клеивать, красить и изготавливать в различных формах.

Картон бывает нескольких видов.

- **Гофрированный картон.** Гофрокартон устойчив к деформации, лучше всего выдерживает большие массовые нагрузки,
- **Мелованный картон,** который делится на односторонний и двусторонний мелованный картон. Двусторонний мелованный картон используется для печати различных типографских работ, таких как папки для документов, визитки, а также различная тонкая упаковка.
- **Картон прессованный,** толщина 1-3 мм.

- Все больше внимания уделяется выбору печати - краски менее вредные для окружающей среды или краски используются меньше - это означает, что меньше вредных веществ будет выбрасываться в окружающую среду.

тенденции упаковочных материалов

- использование картона сохранит свои позиции, но будет использоваться все меньше и меньше бумаги, поскольку ее все больше будут заменять цифровые возможности, предлагаемые современными технологиями.
- Мягкая упаковка все больше выходит на рынок - ее упаковочные линии относительно дешевы, просты в использовании.
- ведущий технолог VG Kvadra Pak Янис Озолиньш

- более интересные конструкции
- одноразовый пакетик (разовый йогурт)
- пакеты товарной группы (по 6 бутылок)
- более качественная печать (печать на контейнерах без этикетки, более безопасные цвета)
- более экологичная упаковка (многократная стеклянная и картонная упаковка).
- обман с объемом товара (большая коробка для каких-то конфет)
- экологическая упаковка (после утилизации разлагается в окружающей среде)

- Тип упаковки хлеба вдохновлен традиционным японским методом упаковки Фурушики. В этом экологически безопасном методе упаковки используется ткань, которая оборачивает продукт, чтобы его было легко носить с собой. Эту ткань можно использовать многократно



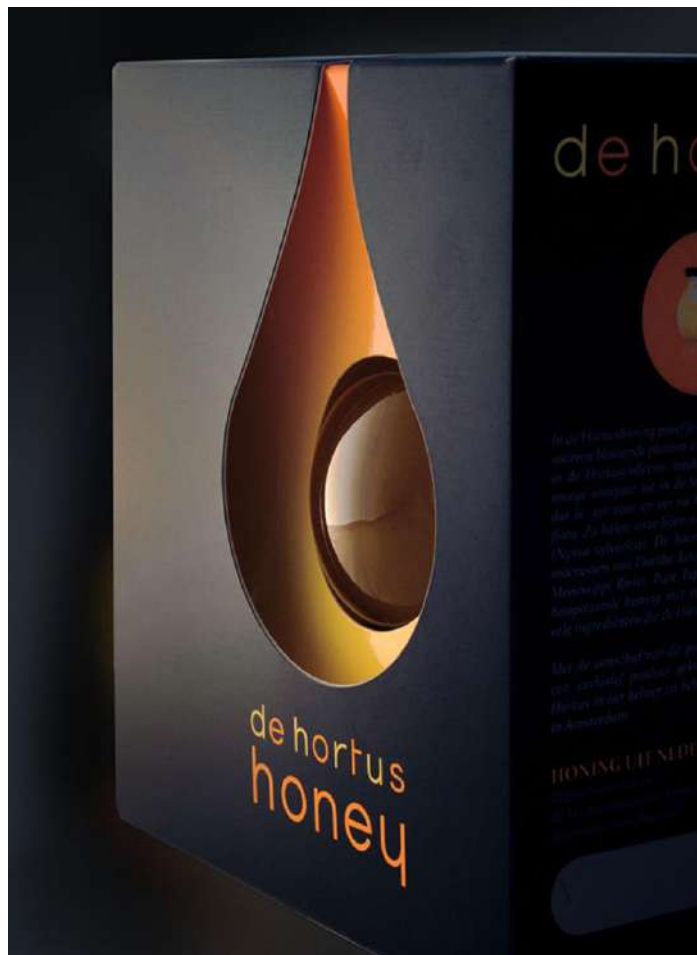
- Блюда из лапши. При создании этого пакета главной задачей было создать пакет, который тоже будет иметь «вторую жизнь».



Ksenija Suvorova.



Мед собирают в Ботаническом саду Де Ортус в Амстердаме.
упаковка разработана таким образом, чтобы банку с медом
было видно с двух сторон.









Latvija 100

DĀVINI PRIEKU
CIMDŪ PĀR!!

LATVIEŠU KAMISTU
SAVIENĪBA
LATVIA 100
LATVIEŠU KAMISTU
SAVIENĪBA

TINES
www.tines.lv

No: Kārļa Liepas
Signei Grāverei









100% GRANULAR
SKIMMED MILK
QUICK DILUTION

500g e



















Uncle William Farm

Handmade straw chickens
made from natural straw
and twine. Perfect for
gifts or home decor.
Each chicken is unique
and ready to be displayed.

\$2.00
Chicken, Firstborn

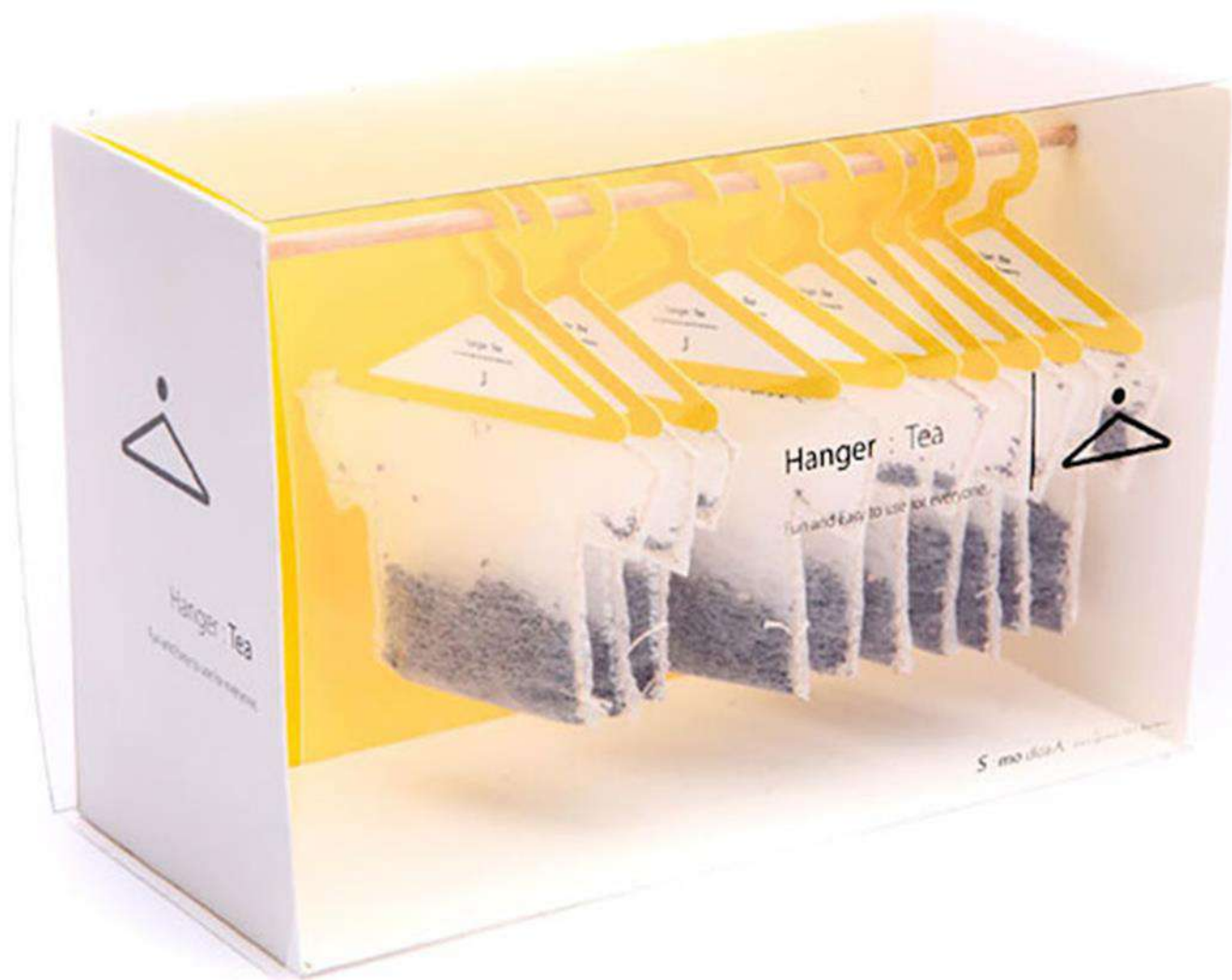












Pasta



Fettuccine

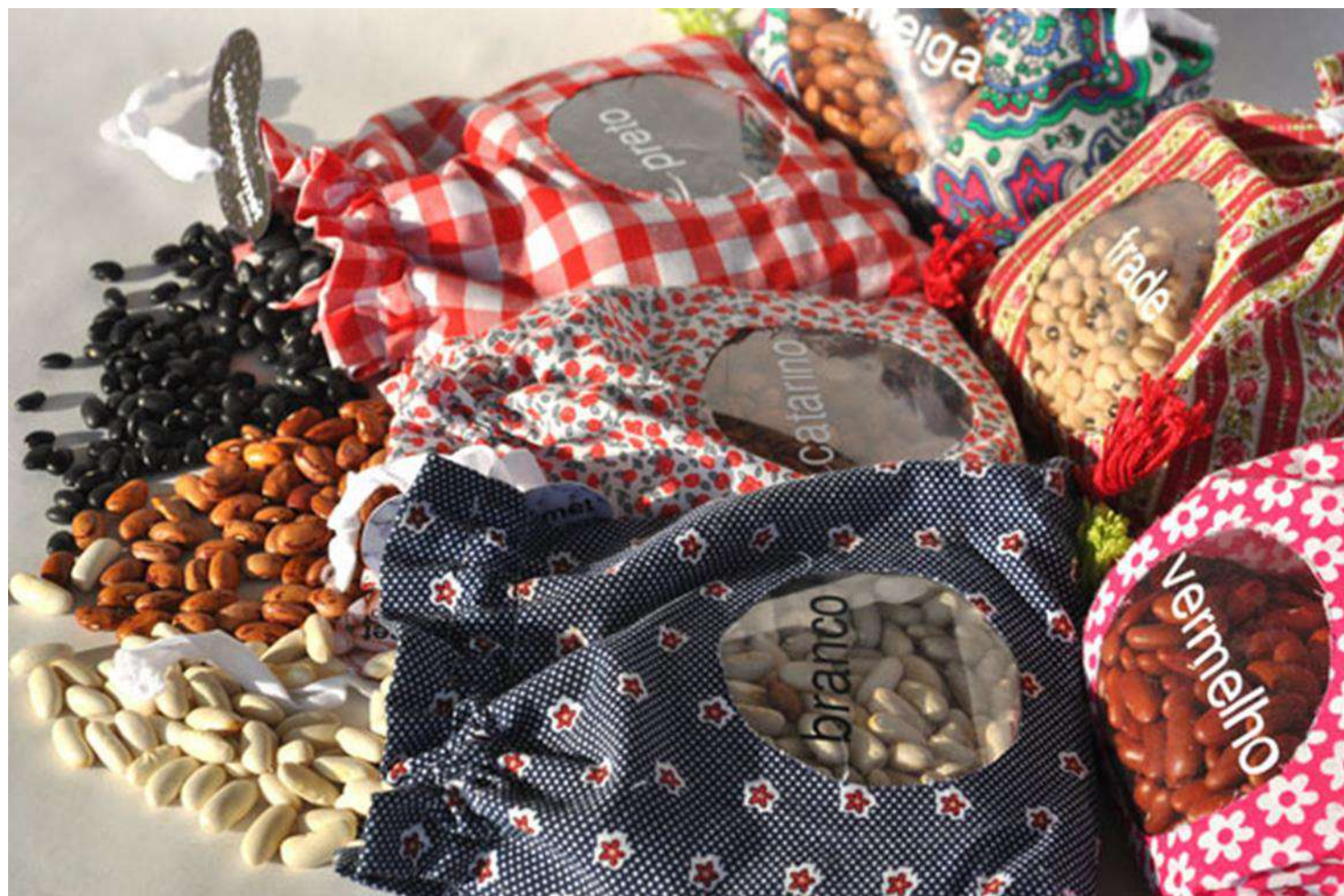
6-8 min

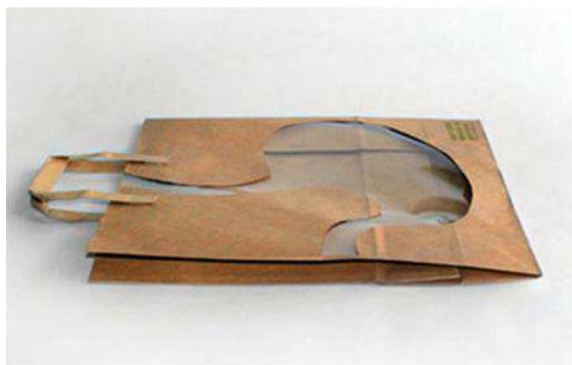
500gm











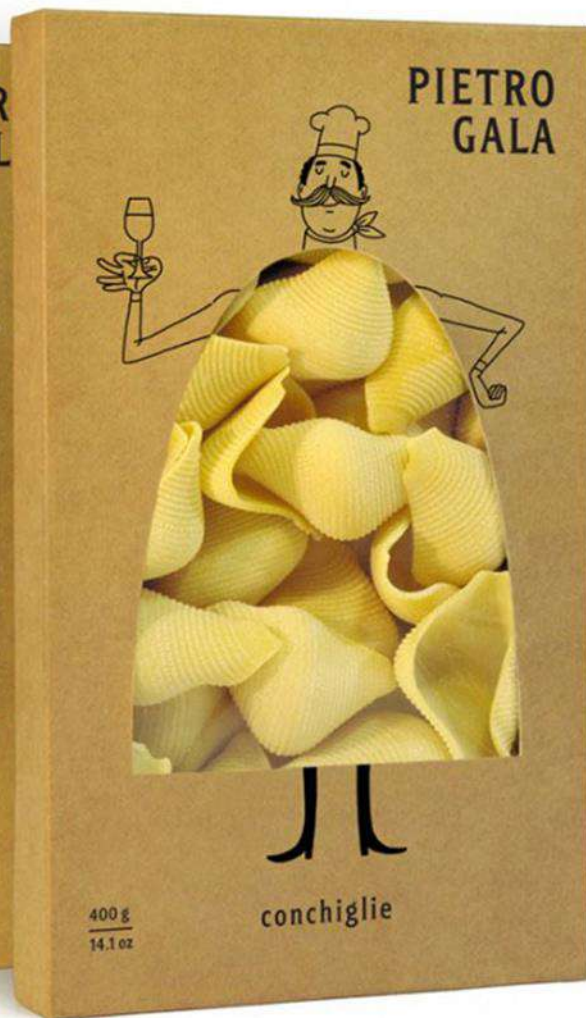
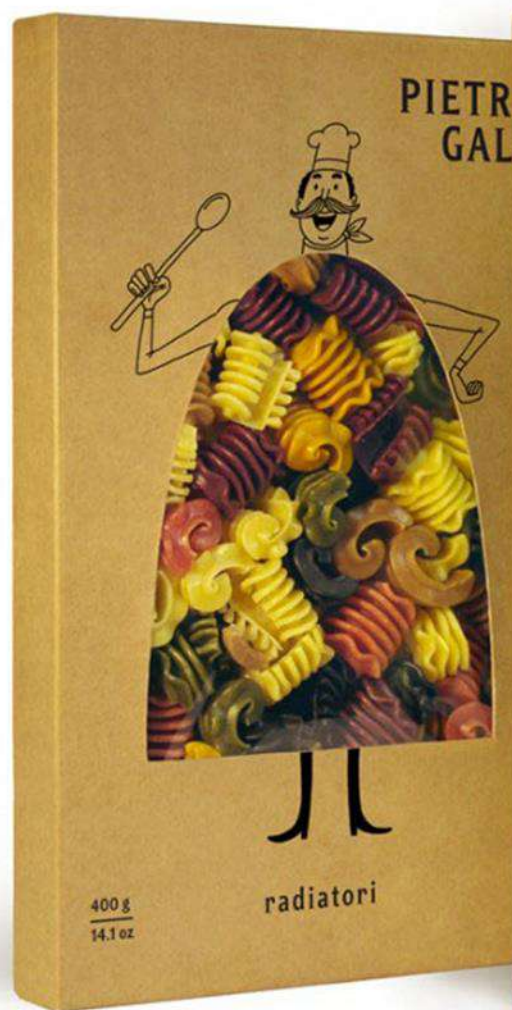


Kohberg

Bager for brysterne

RUGBRØDSBOLLER

∞ STØT BRYSTERNE



Элементы делового стиля:

- 1. Графические и цветные элементы - товарный знак, логотип, цвета
- Упаковка
- 2. Документация - бланки, конверты, личные и деловые визитки, папки для документов.
- 3. Домашняя страница в Интернете.

- 4. Сопроводительная документация - различные прайс-листы, буклеты, каталоги, инструкции и объявления. Они тоже должны быть выдержаны в едином стиле.
- 5. Сувениры - различные сувениры для клиентов компании, поздравительные открытки.

- 6. Печатная реклама - плакаты разных размеров и применений, рекламные объявления. каталоги, буклеты и журналы, ценники, наклейки.
- 7. Интерьер.

- 8. Фирменная одежда.
- 9. Транспорт.
- 10. Направления.
- легко добраться до места назначения.
- 11. Выставки.

- Графический, художественно созданный символ компании (фирмы), используемый в рекламе, символ с компанией в общественном восприятии.
- (Экономический глоссарий. - Р., Наука, 2000.)

ExxonMobil



Чем больше вы используете изображений, линий, словосочетаний, цветов, форм и элементов, тем более детским будет выглядеть.

- В логотипе рекомендуется использовать только один шрифт или максимум два.

- Используйте для логотипа от одного до трех полноцветных цветов. В логотипах нельзя использовать градиенты или цветовые переходы.

- При разработке логотипа учтите, что не каждый шрифт подойдет и будет хорошо смотреться.

- Одна из важнейших функций логотипа - способствовать узнаваемости, потому что текст читается, а логотип узнается - это несравнимо быстрее.

- Для любой компании или креатива важно, чтобы бренд мог представлять охват своей целевой аудитории.

3 основных типа логотипа

- **1. Знаковый логотип**
- Изображения используются напрямую или абстрактно.
- Иконические логотипы могут использоваться в тех случаях, когда есть желание обратиться к аудитории менее напрямую, чем в текстовом виде - они позволяют зрителю использовать воображение, которое способствует заметности.

- Чтобы символ сам по себе был эффективным коммуникатором, он должен быть
- уникальный,
- легко запомнить;
- легко трансформируемый (хорошо виден в маленьком размере и достаточно интересен в большом).

Ikonisko logotipu piemēri



2. Типографские логотипы

- основанные на тексте и шрифте.
Отобразить как визуальный символ.
- Чтобы логотип был эффективным, он должен:
- а) легко читается, б) уникально, в) легко запоминается и г) трансформируется.

Labi veidotu tipogrāfisko logo paraugi

The logo for 'spry' is set against a solid blue square background. The word 'spry' is written in a white, lowercase, sans-serif font. To the right of the text is a stylized white graphic of three overlapping loops, resembling a flower or a leaf. A small 'TM' trademark symbol is positioned to the upper right of the graphic.The logo for 'the care company' is set against a white background. It features a bright orange rounded square. Inside the square, the words 'the', 'care', and 'company' are stacked vertically in a white, lowercase, sans-serif font. Below the orange square, the letters 'TM' are printed in a small, orange, sans-serif font.The logo for 'pencil' is set against a white background. The word 'pencil' is written in a bold, black, lowercase, sans-serif font. Below the final 'l' is a small, black, downward-pointing triangle.The logo for 'Quantum' is set against a solid black square background. The word 'Quantum' is written in a white, lowercase, sans-serif font.

3. Комбинированный логотип.

- Комбинированный тип логотипа представляет собой комбинацию двух подходов. Он использует как иконический, так и текстовый подход.
- Буквы и знаки не должны конкурировать друг с другом, а должны гармонично сочетаться - необходимо соблюдать баланс.



- Минимализм - это прием, который использует дизайнер, чтобы избавиться от всего лишнего и ненужного в своем дизайне и оставить только самые важные элементы.
- Минимализм фокусируется на основах дизайна - балансе и отрицательной области, а также буквенном шрифте и ограниченной цветовой палитре.

- Негативное пространство - это способ создать форму с пустым пространством между основными элементами дизайна.

negative
space

wine



WINEFOREST

- Чтобы создать логотип, дизайнер должен провести тщательную подготовку и разработку.

- Необходимо задать много вопросов заказчику логотипа, узнать историю и масштабы компании, а также выявить потенциальных клиентов. Нельзя забывать и об исследованиях и анализе конкурентов.

- Полученные данные необходимо преобразовать в концепцию логотипа, который необходимо зарисовать на бумаге.
- Затем подумайте об элементах дизайна - цветах, шрифте, размере, формах.

http://www.laiki.lv/Limbazu/ImageHandler.ashx?UploadedFile=true&pg=dd756c11-6183-42ee-8ee8-49b24532456a&image=~/_App_Data/UserImages/Image/limbazu_novada_logo.JPG



- На логотипе изображен национальный характер, символизирующая регион, основанный на традициях и истории, но в то же время современный и ориентированный на развитие.
- Цвета заимствованы из цветочного пояса Лимбажского района.

Эскизы





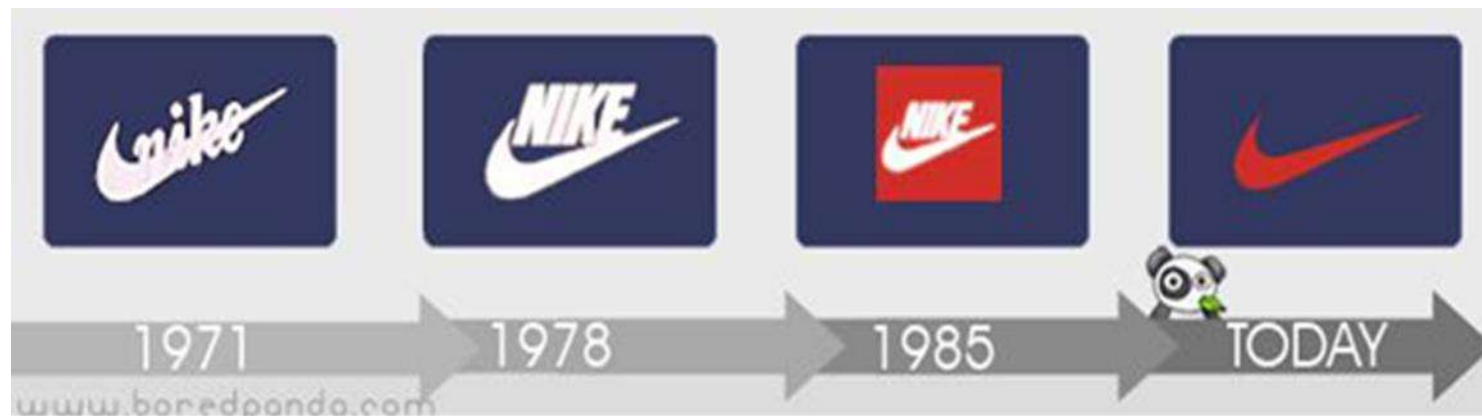
Logotipa izstrāde

Ar 5 variantiem





разработка





Apple's First Logo (1976)

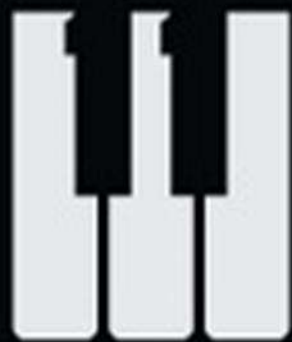


1976-1998



Current logo



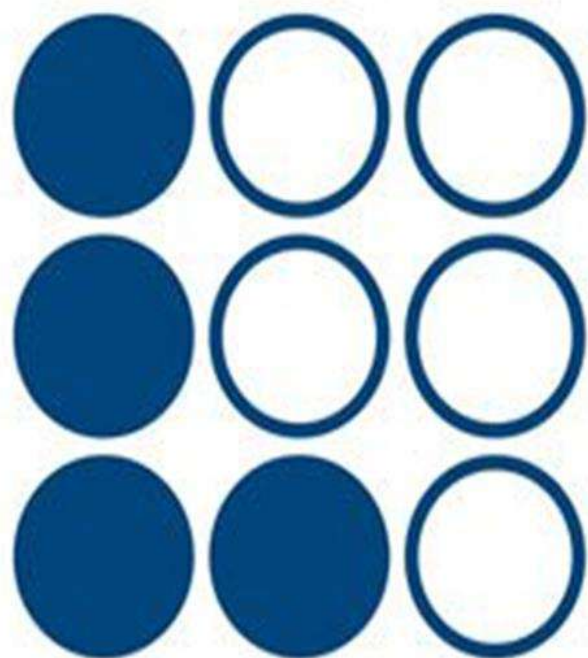


ELEVEN
MUSIC



„LLL” Līvija Letīcija Labanovska





firma L4

<http://www.ekoveikals.lv/lv/atlasit-firmu/oga+oga/190>

oga oga. 



VALMIERAS TEĀTRIS

Текст

- Текст должен быть легко читаемым.
- На выбор типов букв в рекламе влияет рекламируемый продукт. Тип букв в рекламе прачечной должен отличаться от типа рекламных букв в бытовой технике.

DIREKTORS

(nenopietns iespaids)

DIREKTORS

(grūti lasāms no attāluma)

Плохая читаемость

DIRECTORS

DIRECTORS

(slikta lasāmība)

- Макет текста очень важен.
- Оценка соотношения свободного места к элементам (текст + цена), пустота должна составлять не менее 50% площади.

Цвет букв и фона.

- **Закономерности цветового восприятия.**
- 1. Восприятие цвета меняется в зависимости от фона, на который мы смотрим, и от того, какие цвета находятся рядом с ним.
- 2. Сбалансируйте цветовые отношения. Области теплых светлых цветов кажутся больше, чем участки холодных темных цветов того же размера.

- 3. Соблюдайте законность цветовых контрастов:
- Максимального контраста можно достичь, используя чистые несмешанные цвета, а также создавая очень темные и очень светлые цветовые комбинации.

SIGNE

SIGNE

SIGNE

SIGNE

SIGNE

SIGNE

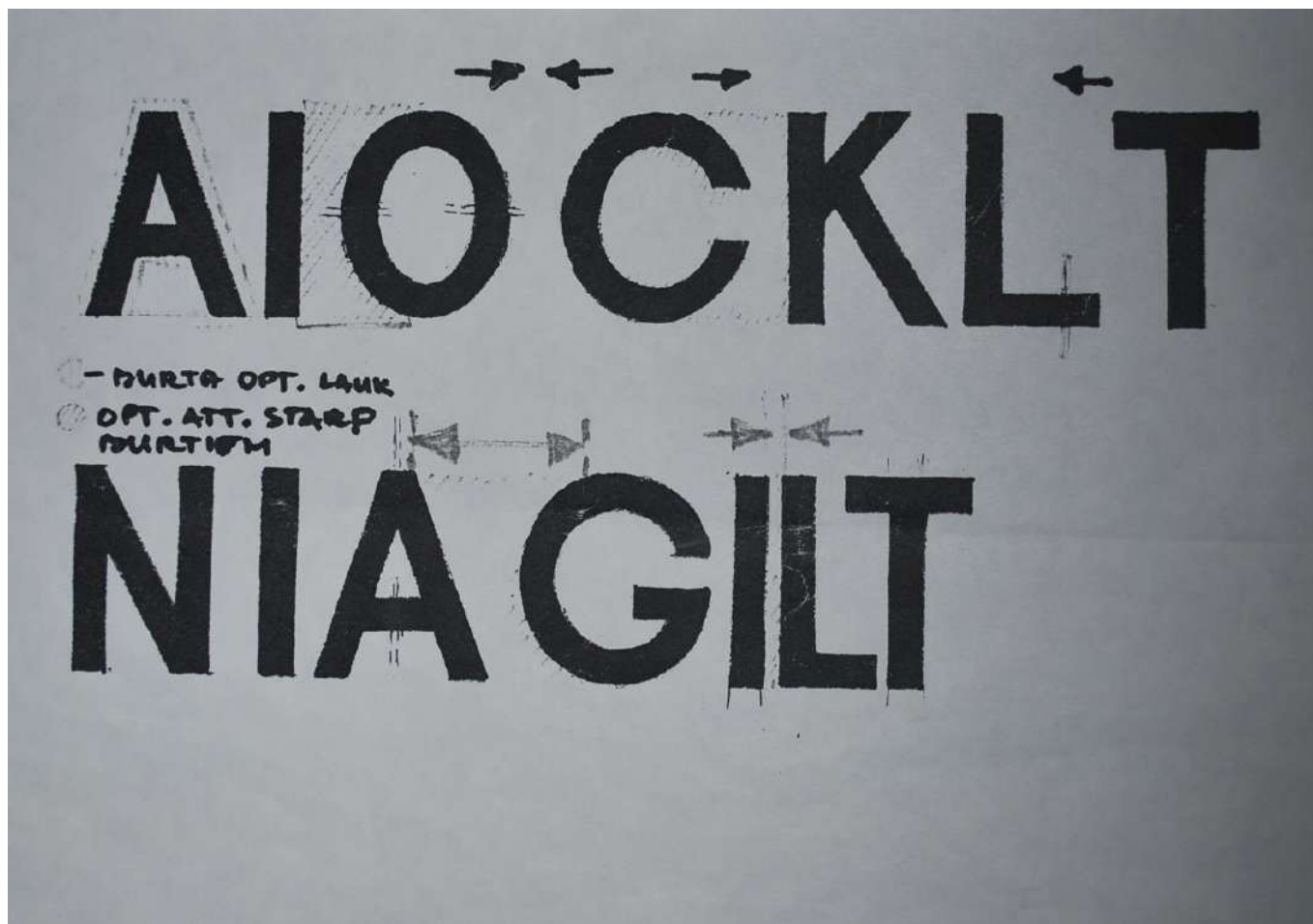
Laba lasāmība

Laba lasāmība

Slikta lasāmība

Slikta lasāmība

РАСТОЯНИЯ МЕЖДУ БУКВАМИ



PRIMADONNA







Audumū
stils

AUDITA

agência

Как найти своего дизайнера

- 1. Найдите дизайнера **по объявлению**.
- Плюсы: Вам напишут все, кто заинтересован в поиске работы. портфолио, резюме и выберите стиль специалиста, который вам больше нравится
- Минусы: Опытные дизайнеры-фрилансеры вряд ли увидят вашу рекламу. Такой поиск дизайнера займет много времени.

- 2. Поиск дизайнера **по рекомендациям** друзей, коллег и партнеров.
- Плюсы: Довольно быстро можно найти проверенного специалиста. Вы можете немедленно связаться с Рекомендуемым дизайнером.
- Минусы: вам может не понравиться дизайнерский стиль, который полностью удовлетворяет вашего друга.

- 3. Поиск дизайнерских услуг **через рекламное агентство**, полиграфию, типографию.
- Плюсы: Такие Дизайнеры уже прошли своеобразный конкурс и прошли собеседование у специалиста по подбору персонала. Компания несет ответственность за своих сотрудников и их результаты. Вы можете прийти в агентство и познакомиться с Дизайнером.
- Минусы: Если вас интересует конкретное дизайнерское портфолио, то, скорее всего, компания не сможет его показать, и вам придется верить словам менеджера о том, что Дизайнер – отличный. Почасовая ставка в рекламных агентствах много выше, чем у фрилансеров.

- 4. Поиск дизайнера **на специальных сайтах фрилансеров** (после выбора портфолио и цен).
- Плюсы: сразу видно портфолио и цену.
- Минусы: Иногда бывает сложно договориться об оплате (бывает, что дизайнер пропадает после предоплаты или не уложился в сроки).

Что дальше?

- 1. Если позволяет время, можете пригласить Дизайнера на чашку кофе и обсудить DU * - это удобно, потому что, если у специалиста есть вопросы, вы можете узнать все сразу.
- 2. Произносить DU по телефону - не всегда удобно (большинство Дизайнеров лучше воспринимают информацию визуально).

- 3. Отправьте DU на электронную почту.
Наверное, самый быстрый вариант из всех.
- Опытный дизайнер сразу предупредит о сроках выполнения проекта. С первых же набросков будет видно, находитесь ли вы со специалистом на «одной волне». Как только проект будет сдан, станет ясно, «ваш» ли это Дизайнер.
- * DU - Рабочее задание

<https://www.bvpack.lv/portfolio-item/iepakojumus/>

<https://www.smurfitkappa.com>

<https://www.multipack.lv/shop/lv>

<https://www.ieliecmaisa.lv>

<https://www.buxumlab.eu/kartona-iepakojumus/>

<http://radiman.lv/bazes-iepakojumus/ekonomiskais-iepakojumus/>

<http://greenbag.lv>

www.la.lv

- <http://www.iinuu.lv/lv/it-guru/it-kompaniju-logotipu-evolucija>
- Rakstā izmantotie materiāli:
- <http://www.neatorama.com/2008/02/07/the-evolution-of-tech-companies-logos/>
- http://lv.wikipedia.org/wiki/Mozilla_Firefox



This programme is funded
by the European Union



Спасибо за внимание!

ENI-LLB-1-108 “Promoting preservation, availability
and development of intangible culture and local
history heritage improving sustainable culture tourism
competitiveness in Latvia, Lithuania and Belarus” /
“Rediscover the roots of regions”