

Låt förpackningen sälja produkten

Föreläsare: Sofia Erixson
Januari 2011



Sofia Erixson





**LINDBLAD &
PARTNERS**
CREATE AND BRAND

lindbladpartners.se





[Arbeten](#) [Blogg](#) [Om mig](#) [Kontakt](#)

Milko

Mejeriföretaget Milko har under det senaste året kommit ut med en rad nya förpackningar, där man fokuserat på produktens ursprung och identitet.

Inspirationen till dekoren kommer från den svenska traditionella folkkonsten. Exempel på detta är ett traditionellt förklädestyg, ett västbroderi från leksandsdräkten samt en broderad brudhandske från Rätansbyn i Jämtlands län.

För att få fram denna underbara förpackningsserie har Milko samarbetat med byrån United Power i Falun.

Jag tycker definitivt de har lyckats ge förpackningarna ett tydligt ursprung och en stark identitet.

För att se fler bilder [tryck här](#).



Källa: [Below the Clouds](#)

Blogg

I bloggen skriver jag om alla mina tankar som berör förpackningsdesign. Här kommer jag bl.a publicera länkar till inspirationskällor, pågående designuppdrag och personliga projekt.

Sök på bloggen

Kategorier

[Dryck](#)
[Före & Efter](#)
[Grafisk design](#)
[Innovation](#)
[Koncept](#)
[Kosmetika](#)
[Livsmedel](#)
[Mervärde](#)
[Miljö](#)
[Personligt](#)
[Tips](#)

31 October, 2010 - 0 kommentarer





Marknadsföreningen i Malmö

MiM - Marknadsföreningen i Malmö, December 2010



Vad jag ska prata om

1. Förpackning
2. Förpackningsdesign
3. Vad gör en bra förpackning
4. Symboler
5. Färg
6. Typografi
7. Form
8. Material
9. Redesign
10. Tänk utanför ~~boxen~~ förpackningen
11. Trender
12. Förpackningar & miljö
13. Inspiration



1 Förpackning

Definition: Förpackning

Enligt **förordning producentansvar för förpackningar 2006:1273**, ska en förpackning per definition **uppfylla följande funktioner**

- Innehålla
- Skydda
- Leverera
- Presentera

Design: Pearlfisher, England



Primärförpackning



Design: Helms Workshops, USA

Sekundärförpackning



Design: Helms Workshops, USA

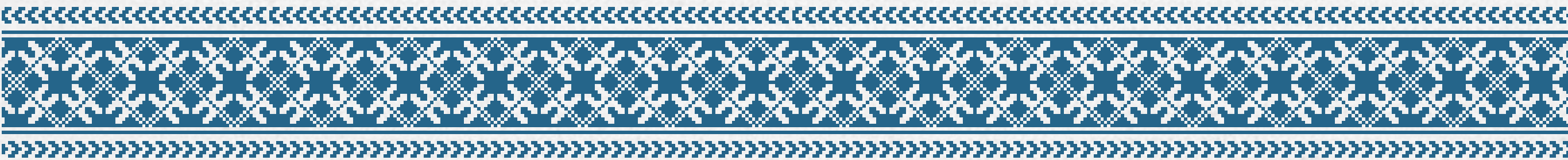
Tertiärförpackning



Design: Marnich & Associates, Spanien

2

Förpackningsdesign



Förpackningar är **vardagsdesign** och
något vi ständigt omges av.

I förpackningsdesign gäller det att hitta rätt

- Funktion
- Rätt visuellt uttryck
- Rätt känsla



Design: BVD, Sverige

Raketost

- Förpackningen var före sin tid
- Upphörde att tillverkas 1979



3

Vad gör en bra förpackning

Förpackningens roll blir allt större och viktigare, både i slaget vid butikshyllan och i byggandet av varumärket.

”**Advertising** leads consumers into temptation. **Packaging is the temptation.**”

- Thomas Hine, The Total Package





Sökresultat för **iphone unboxing**

Om 301 000 resultat

 [Sökalternativ](#)

Liknande sökningar: [iphone 3g](#)

☐ Översätt resultaten till mitt språk



[White 16GB iPhone 3GS - Unboxing](#)

TechnoBuffalo: technobuffalo.com Follow me on twitter: cuthut.com **Unboxing** the new 16GB White Apple **iPhone** 3G S. Thanks for watching, Jon

by [jon4lakers](#) | 1 år sedan | 147 788 visningar

Idag på YouTube



[Översätt iPhone 3g Unboxing and Hands-On](#)

Part one of our extensive coverage of Apple's new **iPhone** 3G. Noah brings you an **unboxing**, hands-on, and a comparison with the original **iPhone** ...

av [kravvykrav](#) | 2 år sedan | 707 588 visningar



[Översätt iPhone 3G S \(AT&T\) - Unboxing](#)

Will it sell? Is it worth the upgrade? Check it out - the new **iPhone**. 3G S. Unboxed by Noah from PhoneDog dot com. More Videos: [www.phonedog.com](#) ...

av [phonedog](#) | 1 år sedan | 451 035 visningar

Design: Apple, USA



Det första intrycket...

...av förpackningen är avgörande eftersom få kunder tar upp och tittar närmare på den **produkt de faktiskt väljer att köpa.**

- 60-80 % av alla köp bestäms i affären
- 60 % av våra val är baserade på förpackningen*



Design: Naoto Fukasawa, Japan

*Källa: Packaging Arena, Eyetracking



Den genomsnittliga tiden kunderna spenderar framför hyllan är **12 sekunder***

*Källa: Dagster Kommunikation



Hur kommer det sig att vi väljer de förpackningar vi gör?

- Valde vi efter märke?
- Lojalitet av gammal vana?
- Var det förpackningen som lockade oss till detta köp?



Design: Hasan & Partners, Finland

Målet

Att **särskilja** sin produkt från konkurrenter på butikshyllan.



Design: Cadu Gomes, England

Butikshyllan



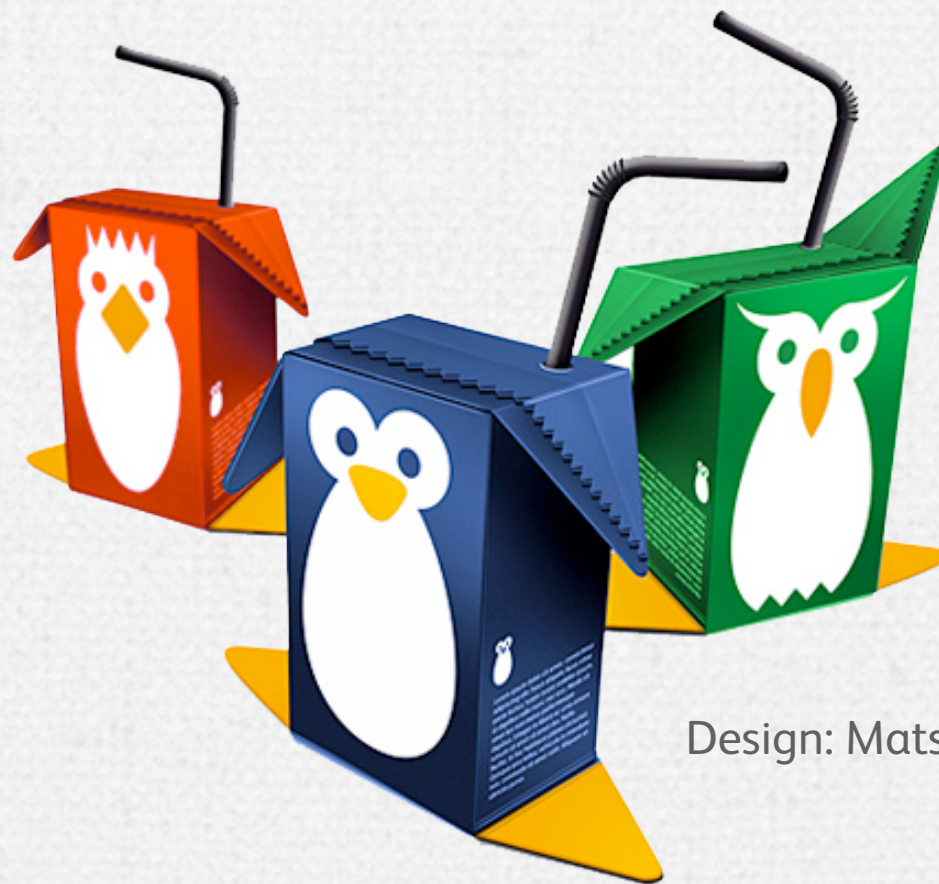




Design: 29 Agency, USA

Den optimala förpackningen...

...är **lätt att öppna**, **återförslutningsbar**, har en särskiljande **form**, **minnesvärd**, har en **färgsignal** som är tilltalande, lätt att **återvinna** samt gynnsam ur ett **logistiskt** perspektiv.



Design: Mats Ottdal, Norge

4 Symboler

Symboler

- Förmedlar olika sorters känslor
- Bidrar starkt till hur man uppfattar produkten



Läsktestet

Om symbolens påverkan på konsumenten
Hjärnstorm



<http://www.youtube.com/watch?v=0HyZIMBQ8n0>

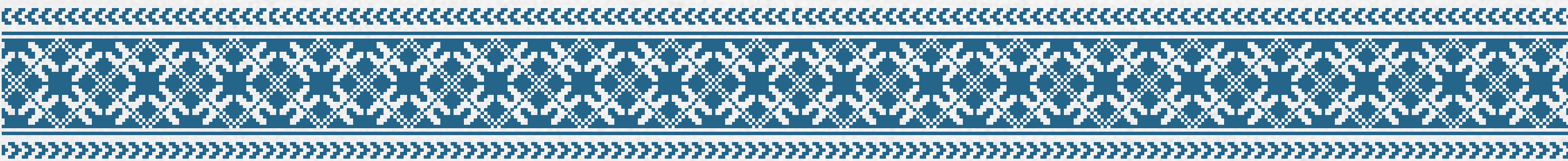


Design: Marta Lojo, Spanien



Design: Adrian Gilling, USA

5 Färg



Färg

- Går med ljusets hastighet
- Förmedlar snabbt en känsla till mottagaren




Design: Identity Works, Sverige



Exempel

McDonalds har gult i sin logotyp, **gult signalerar** nämligen till det område i hjärnan som hanterar **hunger och föda**.





Nedan följer ett antal färger som teorierna säger kan **förknippas med de uppfattningar** vi i västvärlden har och får av **olika färger**.

- **Rött** - aktiverar och ger oss kickar, premium produkter. Exempelvis choklad.



- **Blått** - ger oss lugn, sanning, auktoritet, kyla och friskhet. Exempelvis fiskpaket.



- **Grönt** - signalerar hälsa, lugn, harmoni, fräschhet och nyplockat. Exempelvis frysta grönsaker.



- **Gult** - signalerar vakenhet, nyfikenhet och kommunikation. Exempelvis frukostflingor.



- Vitt - signalerar renhet, diet och lågkalori.
Exempelvis dietprodukter.



- **Lila** - signalerar vilja, genialitet och mysterium.
Exempelvis kaffe.



Idag fungerar färger som
igenkänningstecken för förpackningar,
exempelvis Barilla.



Barillas historia

År 1877 använde **Pietro Barilla blått papper** för att **slå in sin spaghetti** då kunderna handlade över disk.

Folk ute på gatan kunde direkt se vem som handlat hos Pietro Barilla.

Denna **färg lever kvar** hos detta märke.



6

Typografi

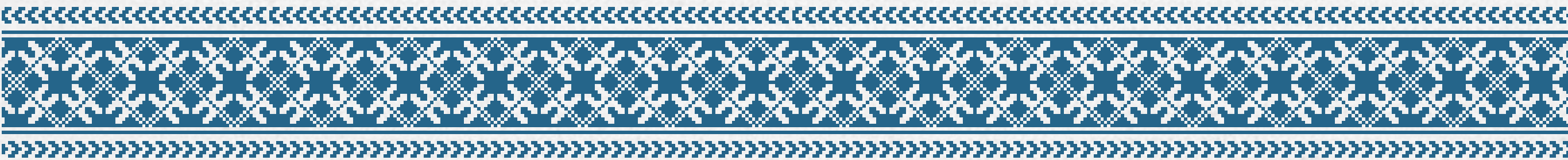
Typografi

- Är **överallt**, även på förpackningar och har en viktigt och **betydande roll**.
- Typografi har vanligtvis inte en central roll på förpackningar, men det blir **allt vanligare**.



Design: Amore, Sverige

7 Form



Form

- Verkt yg för att särskilja sig
- Ett stark kommunikativt element
- Kan utsändas feminitet och maskulitet





Design: Mor Cosmetics, Australien



Design: Eduardo del Fraile, Spanien

without thought

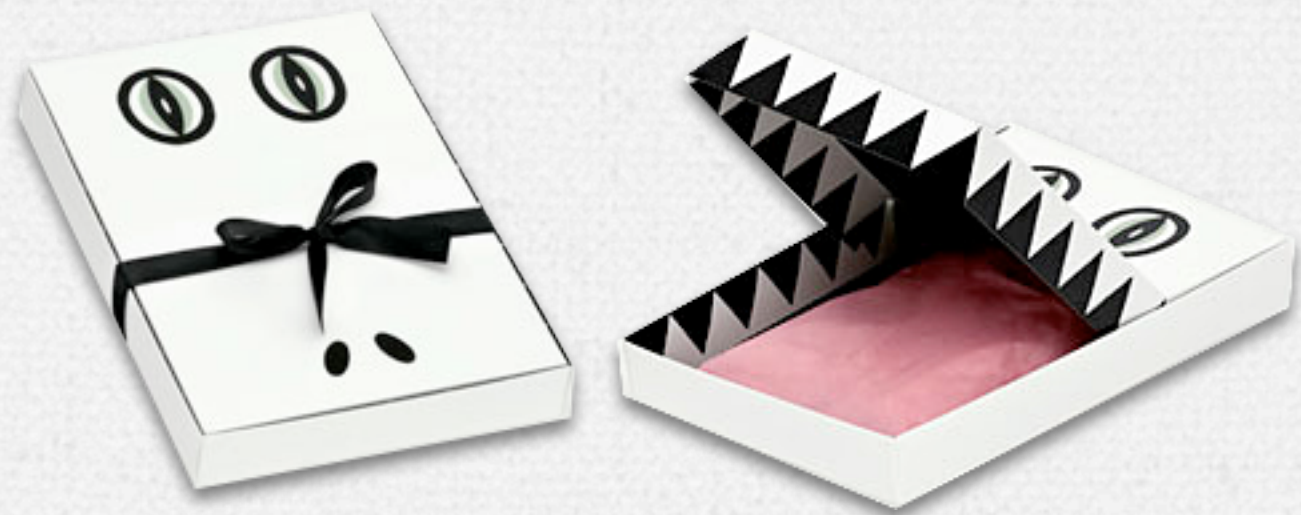
Design: Naoto Fukasawa, Japan



8 Material

Material

- Det mest subtila kommunikationsmedlet i en förpackning
- Förstärker kvalité, färg och form



Design: Lowe Brindfors, Sverige

Viktigt att tänka på vid framtagning av ny förpackning

- Krav på förpackningen
- Övervägning av basmaterial
- Materialval för den visuella sidan



Vilmas Knäckebröd, Sverige

9 Redesign

Redesign

Förpackningens **utformning** har blivit allt viktigare och kan vara avgörande när en konsument väljer en produkt före en annan.



Design: Strømme Throndsen, Norge



Friggs

Innan



Friggs, Sverige



Efter



Design: No Picnic, Sverige



Tropicana

Innan

Efter



Design: Arnell Group, USA



10

”Tänk utanför ~~boxen~~ förpackningen”

Clever little Bag

Innovations koncept



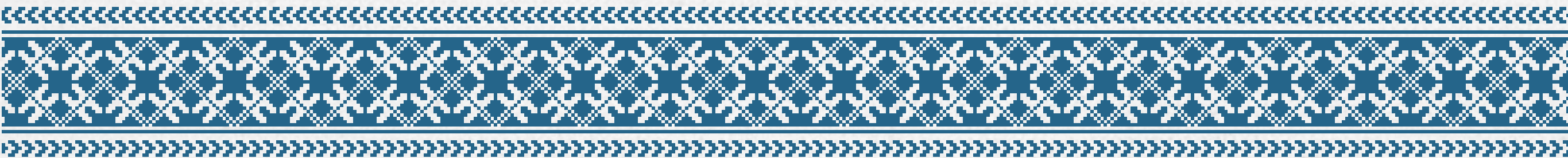
<http://www.youtube.com/watch?v=vwRulz8hPKI>





Design: Yves Behar, Fuseproject, USA

11 Trender



Trend - Personligt

För att en produkt ska fånga kundens intresse gäller det att **skapa mervärde** för produkten genom förpackningen.

Detta har resulterat i fler **sociala och personliga förpackningar**, kunden ska känna sig närmare produkten.



FLOCKS

Tillverkar ylleplagg och har som motto att **varje plagg ska vara gjord av ett enda får.**

På plagget hänger en lapp med fårets **id-nummer** och **foto**.

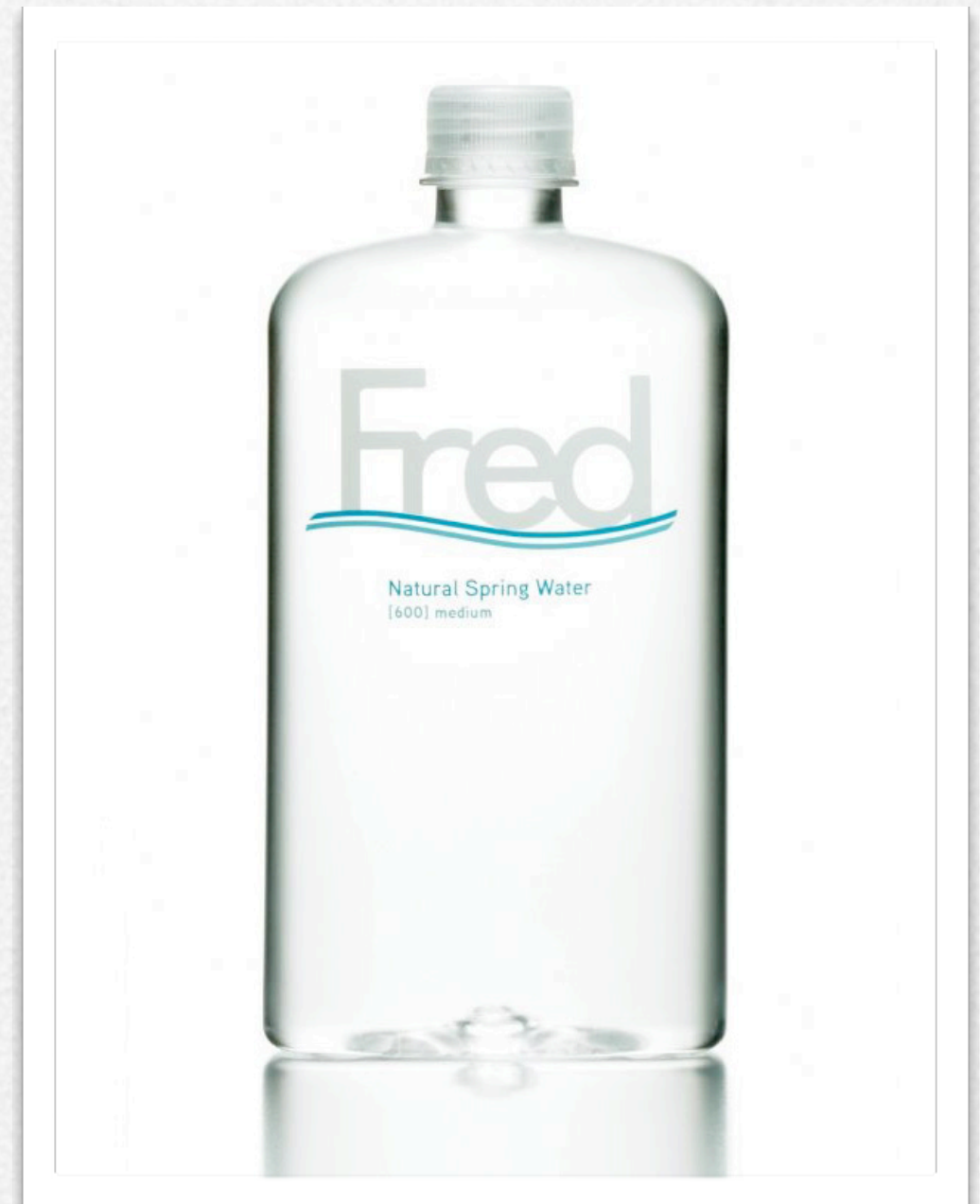


Design: Christien Meindertsma, Nederlanderna

Fred Water

Fred är en vattenflaska. **Han har en personlighet och vill följa med på allt du gör.**

Han har sin egen Myspace-sida, där han berättar om sina äventyr, samt en blogg med videoklipp från fans.

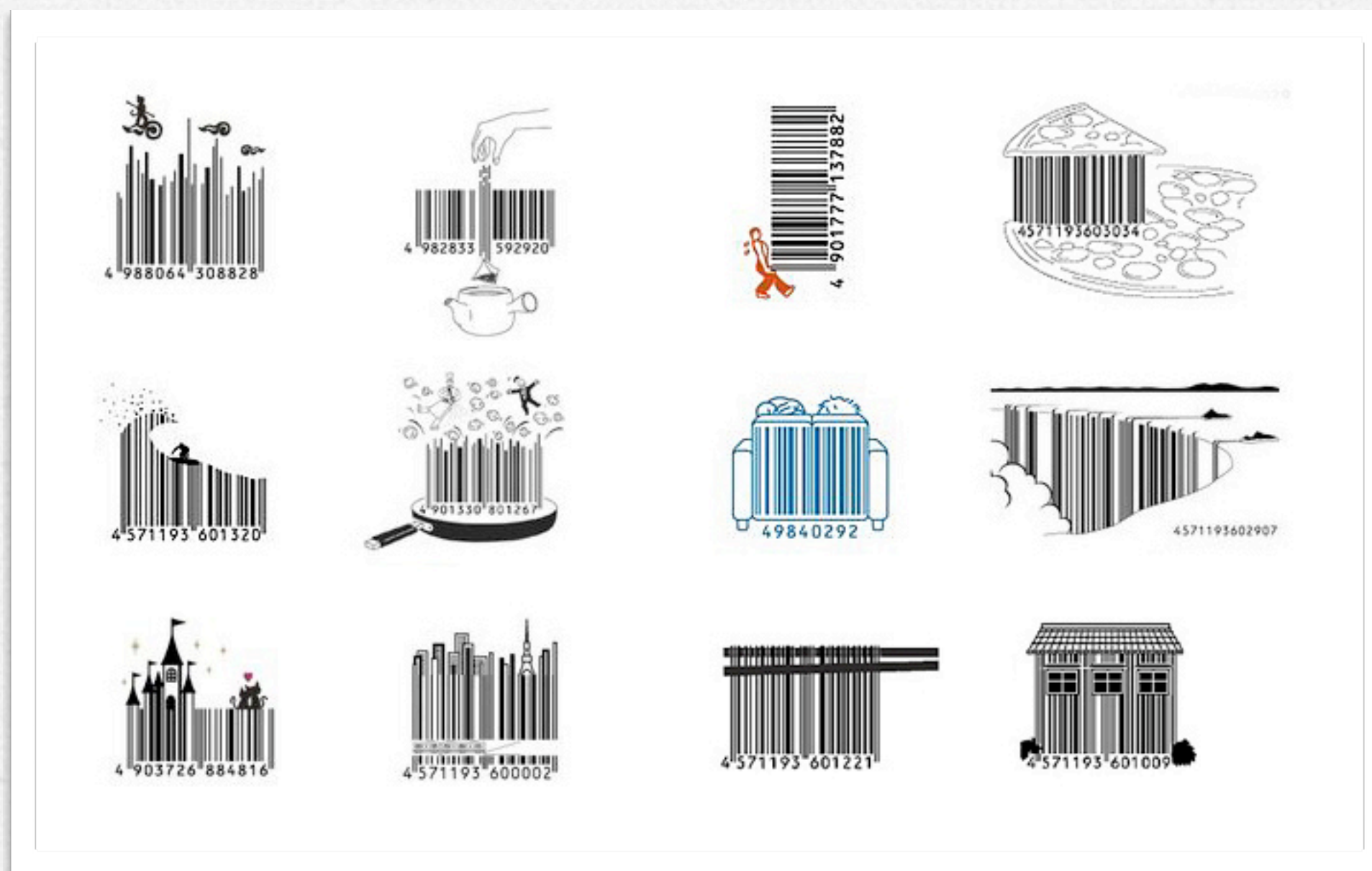


Design: Fred Brands, USA

Steckkoder

I Japan har förpackningsdesign varit en trend länge.
Ett exempel på detta är kreativa streckkoder.





Design: D-Barcode, Japan

Trend - Gör det själv

Folk efterlyser det **personliga** och **genuina hantverket**.



Made Man

Det amerikanska företaget Made Man, låter sina kunder designa sina egna tequilaflaskor.



Trend - Ett andra liv

Förpackningen blir användbara och skapar därefter mervärde.



Design: Okänd

PIDA 2010- Ett andra liv

1:a pris: Sunbreeze-En solspray-förpackning som kan användas som en solfjäder.



Design:
Sofia Carlsson, Karin Grönskog,
Linn Högvist, Kristoffer Jägerstedt



Trend - Trygghet

Folk vill veta **vad de stoppar i sig och varifrån det kommer.** Gärna lokalproducerat.

Det mer **traditionella livsmedel i fokus**- istället för mer exklusiva produkter som olivolja, whisky & choklad.



Design: Manhattan Milk, USA

Trend - Miljö

Det ligger rätt i tiden att värna om miljön. Genom att företag erbjuder sina konsumenter ett miljövänligt val, skapas ett mervärde.

Den gröna trenden kommer att fortsätta växa och klimatsmarta förpackningar blir ett självklart val.



Design: Dell, USA

2 miljoner mjölkpaket släcks ner!



Design: Milk, Sverige

12

Förpackningar & miljö

Förpacka rätt & smart

I-länderna kastas mellan 25-50% av all mat på grund av ovarsam hantering och att bäst-före-datumet är passerat.

Bara inom EU förstörs 10 % av all frukt och grönt, som ligger på en **kostnad av ca 10 miljarder euro! ***

*Källa: Packnet.se



Lösningen

Behövs mer förpackningar för fler olika ändamål. Självklart ska en fortsatt materialminimering för den enskilda förpackningen fortsätta.

Exempel. Plasten runt gurkan **förlänger gurkans hållbarheten från 3 dagar till 14 dagar**, samt minskar svinnet med 26 %.*



*Källa: Plast- & Kemiföretagen - Lena Lundberg

Återvinningen i Sverige

Producenter som tillverkar, importerar eller säljer förpackningar eller förpackade varor är skyldiga enligt lag att ta ansvar för återvinningen av förpackningarna.

FTI, REPA* erbjuder producenter som berörs att uppfylla sitt producentansvar genom anslutning, och få tillgång till det rikstäckande återvinningssystemet för förpackningar.

13

Inspiration



Design: Yeongkeun, Syd Korea



Design: Packlab, Finland



Design: Aleksandra Krakowiak

Topp 4 bästa förpackningssiterna

- The Dieline - thedieline.com
- Lovely Package - lovelypackage.com
- Packaging of the world - packagingoftheworld.com
- Sofia Erixson - sofiaerixson.se



Kontakt

sofiaerixson.se

sofia@erixson.nu

070-930 59 01

 twitter.com/sofiaex

Presentationen

sofiaerixson.se/nackademin-presentation.zip

Tack