

Official Publications

MarketingWeek **PLANT** MANAGEMENT σελο
σερβις

Με τη Συνεργασία του

ΣΥΒΙΝΥΣ
CONSULTING, TRAINING, EVALUATION, RESEARCH & SUPPORT

AWARDS '16 **Packaging** INNOVATION

technology • responsibility • user experience

www.packagingawards.gr

boussias | communications

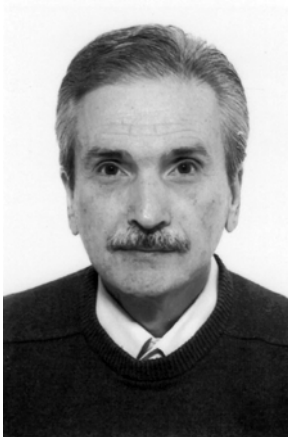
Να είσαι διαφορετικός > Να ξεχωρίζεις στο πλήθος > Να πηγαίνεις αντίθετα με το ρεύμα > Να σπας τα κατεστημένα > Να αλλάζεις τα δεδομένα > Να είσαι η εξαίρεση στον κανόνα > Να βλέπεις μπροστά > Να κάνεις το επόμενο βήμα > Να θέτεις νέες τάσεις > Να μη βλέπεις πουθενά αδιέξοδα > Να μη σου φαίνεται τίποτα "βουνό" > Να κάνεις την ανατροπή > Να μη συμβιβάζεσαι > Να αγωνίζεσαι κόντρα στις πιθανότητες > Να τολμάς να καινοτομείς > Να ανακαλύπτεις > Να είσαι το μαύρο πρόβατο > Να μην επαναπαύεσαι στις δάφνες σου > Να μη θεωρείς τίποτε δεδομένο > Να μην πιστεύεις πως γνωρίζεις τα πάντα > Να αναγνωρίζεις την αξία σου > Να είσαι ελεύθερος > Να είσαι ο εαυτός σου.

Το μανιφέστο μας και η διαρκής προσωπική μας πρόκληση...



Συνταγματάρχου Δαβάκη 15β Πεύκη, 151 21
T.: 210 80 55 001, 210 61 43 668, F.: 210 80 25 173
E.: info@abcdesign.gr

www.abcdesign.gr



Δρ Μιχαήλ Κοντομηνάς

Τα Packaging Innovation Awards 2016 ήρθαν για να αξιολογήσουν, να αναδείξουν και να επιβραβεύσουν αυτούς που ξεχώρισαν για την καινοτομία στο σχεδιασμό, τα υλικά, την τεχνολογία και τις διαδικασίες που εφάρμοσαν σε ολόκληρη την αλυσίδα Συσκευασίας των προϊόντων τους.

Τα βραβεία στοχεύουν επίσης στην καλλιέργεια ευγενούς άμιλλας μεταξύ των συμμετεχόντων, με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας, της λειτουργικότητας αλλά και της αισθητικής της Συσκευασίας που, με τη σειρά της, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ταυτότητας ενός προϊόντος.

Οι συμμετέχοντες, βραβευμένοι (ή όχι!), με τα έργα τους καταδεικνύουν ότι η Συσκευασία είναι ένα πανίσχυρο όπλο στα χέρια του επιχειρηματία που 1) περιέχει και προστατεύει το περιεχόμενο, 2) προσελκύει τον καταναλωτή και 3) τον καθοδηγεί για την ορθή χρήση του περιεχομένου προϊόντος.

Μεγάλες και δυναμικές εταιρείες της χώρας αγκάλιασαν τα Packaging Innovation Awards 2016 και υπέβαλαν πολλαπλές υποψηφιότητες, που αξιολογήθηκαν από μια ανεξάρτητη κριτική επιτροπή εμπειρογνομόνων.

Βασικά κριτήρια αξιολόγησης των υποψηφιοτήτων υπήρξαν:

- Η προστασία και η ασφάλεια για τη διατήρηση του περιεχομένου
- Η ευκολία χειρισμού, η πλήρωση, το κλείσιμο, το άνοιγμα και το επανακλείσιμο συσκευασίας
- Η εφευρετικότητα - καινοτομία ως προς τη χρήση νέων υλικών, νέων τεχνικών κατασκευής ή νέων χαρακτηριστικών
- Η μείωση του κόστους παραγωγής καθώς και η οικονομία των χρησιμοποιούμενων υλικών
- Η γραφιστική απεικόνιση και η γενική παρουσία στο ράφι
- Ο αντίκτυπος της Συσκευασίας στις πωλήσεις, την προώθηση του προϊόντος και τη δημιουργία νέων αγορών
- Η συμβατότητα με το Περιβάλλον

Ο αριθμός των συμμετοχών μας χαροποίησε ιδιαίτερα, γιατί σημαίνει ότι ο νέος θεσμός των Packaging Innovation Awards 2016 καλύπτει μια σημαντική ανάγκη αναγνώρισης/ επιβράβευσης της δουλειάς των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε ολόκληρη την αλυσίδα Συσκευασίας των προϊόντων, πεδίο το οποίο μέχρι πρότινος δεν καλύπτονταν επαρκώς.

Επίσης, σημαίνει ότι η αντικειμενικότητα του θεσμού και η ποιότητα της αξιολόγησης αναγνωρίζεται από τις επιχειρήσεις του χώρου της Συσκευασίας, καθώς είναι πρόθυμοι να θέσουν τις σχετικές τους δράσεις και πρωτοβουλίες στον ευγενή ανταγωνισμό αυτού του θεσμού.

Πιστεύω ακράδαντα ότι ο θεσμός αυτός ενισχύει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και αποτελεί σημαντικό αρωγό των νικητών στην προβολή, προώθηση και αξιοποίηση των προσπαθειών τους για τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων τους.

Συγχαρητήρια σε όλους τους Νικητές και περιμένουμε με χαρά νέα έργα στην επόμενη διοργάνωση του 2017!

Δρ Μιχαήλ Κοντομηνάς
Πρόεδρος Κριτικής Επιτροπής

AWARDS '16 Packaging INNOVATION

Αναδεικνύουν και προβάλλουν τις καλύτερες συσκευασίες της χρονιάς

Μόλις 2,6 δευτερόλεπτα είναι ο μέσος χρόνος μέσα στον οποίο ο καταναλωτής ξεχωρίζει ένα προϊόν από το ράφι. Μέσα στο χρονικό αυτό διάστημα η συσκευασία πρέπει να ξεχωρίσει το προϊόν ανάμεσα σε πληθώρα ανταγωνιστικών, να κάνει αντιληπτό το είδος του προϊόντος, να αποσπάσει το ενδιαφέρον του καταναλωτή προκειμένου να αναζητήσει περισσότερες πληροφορίες, να του δώσει στοιχεία γιατί το χρειάζεται και να τον πείσει να το αγοράσει. Αυτή είναι η δύναμη της συσκευασίας. Αυτή τη δύναμη θέλουν να αναδείξουν τα Packaging Innovation Awards 2016!

Στόχος των βραβείων είναι να:

- Προβάλλουν τους νικητές και προωθήσουν τις ενέργειές τους ως παραδείγματα προς μίμηση και έμπνευση!
- Αποδώσουν την πραγματική αξία της συσκευασίας στο branding των προϊόντων.
- Κινητοποιήσουν τις επιχειρήσεις για τη διαρκή βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων.
- Αναδείξουν τις προσφερόμενες λύσεις & τεχνολογίες στον τομέα της συσκευασίας.

Τα βραβεία, επιπλέον, καλλιεργούν την ευγενή άμιλλα μεταξύ των συμμετεχόντων, με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας, της λειτουργικότητας αλλά και της αισθητικής της Συσκευασίας που με τη σειρά της αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ταυτότητας ενός προϊόντος.

Για τη βράβευσή τους είχαν τη δυνατότητα να δηλώσουν υποψηφιότητα όλες οι επιχειρήσεις που παράγουν, εισάγουν ή διακινούν προϊόντα, βιομηχανίες παραγωγής υλικών και συσκευασίας, δημιουργικά γραφεία, designers, επιχειρήσεις εκτύπωσης κάθε είδους συσκευασίας και display stands κ.ά., που έχουν να παρουσιάσουν καινοτόμες πρακτικές συσκευασίας.

Τα Packaging Innovation Awards 2016 φιλοδοξούν να λειτουργήσουν και στο μέλλον όχι μόνον ως μέσον αναγνώρισης και περαιτέρω ενθάρρυνσης των πρωταγωνιστών του χώρου, αλλά και ως παράδειγμα και πηγή έμπνευσης για ανάληψη ανάλογων δράσεων. Στον πίνακα της επόμενης σελίδας μπορείτε να δείτε όλους τους Νικητές, ανά κατηγορία βράβευσης.

**Κατερίνα Δρόσου
Διεύθυνση Σύνταξης
Plant Management**

Κατηγορία	ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΠΡΟΪΟΝ	ΒΡΑΒΕΙΟ
BEST IN SHOW AWARD			
Alcohol	Οίκος Μεταξά	METAXA ANGELS' Treasure - Το δώρο των Αγγέλων	GOLD
Ενότητα: Food			
Food	Dolphins // Communication Design	The Secret Keepers	GOLD
Food	2YOLK	39/22	GOLD
Food	ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.	HARMONY 1% PLUS (GOJI BERRY, ΚΙΝΟΑ, ΑΛΟΗ, ΙΠΠΟΦΑΕΣ_)	SILVER
Food	MAGNET	ΝΟΥΝΟΥ ΕΚΛΕΚΤΟ - ΓΑΛΑ	SILVER
Food	Μύλοι Αγίου Γεωργίου- Μύλοι Λούλη	Νέα Συσκευασία Αλεύρι Για Όλες τις Χρήσεις και Φαρινα	SILVER
Food	A. Χατζόπουλος Α.Ε.	Kellogg's Cereal Bars	SILVER
Food	2YOLK	PUMMARO	SILVER
Food	Tetra Pak & Όλυμπος	Νέα συσκευασία για την κρέμα γάλακτος Όλυμπος από την Tetra Pak	SILVER
Food	A. Χατζόπουλος Α.Ε.	Caricol 20ml fruit puree stick	BRONZE
Food	2YOLK	L'ARTIGIANO	BRONZE
Supermarket Own Label Pack	Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.	Κατεψυγμένος αρακάς "Μασούτης από τον τόπο μας".	SILVER
Supermarket Own Label Pack	MART Cash & Carry S.A.	Νέο Private Label - Ελληνική Φέτα "Αγνάντι"	SILVER
Supermarket Own Label Pack	Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.	Στραγγιστό γιαούρτι "Μασούτης από τον τόπο μας".	BRONZE
Supermarket Own Label Pack	MART Cash & Carry S.A.	Νέο Private Label - Γιαούρτι στραγγιστό Master Chef (δοχείο 1Kg)	BRONZE
Pet Food	ManosPack s.a.	PetBowl - ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ - ΠΙΑΤΑΚΙ ΖΩΟΤΡΟΦΗΣ ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ	BRONZE
Ενότητα: Non Food			
Useful Object	PAPERPACK & FOLBY	ΠΤΥΣΣΟΜΕΝΟ ΣΤΑΧΤΟΔΟΧΕΙΟ ΑΚΤΗΣ	GOLD
Clothes - Shoes	FRAGOS S.A.	Maison Marasil packaging	SILVER
Clothes - Shoes	PAPERPACK	ΑΚΙΚΟ YOSHIMOTO (ΤΡΙΓΩΝΟ ΚΟΥΤΙ)	SILVER
Informative Approach	Σ.Α. ΒΑΪΡΑΜΟΓΛΟΥ Α.Β.Ε.Ε.	Essi Pack	SILVER
Home, Office, DIY	DRUCKFARBEN ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ / KRAFT PAINTS	KRAFT PAINTS: Νέες συσκευασίες σειράς χρωμάτων Master	BRONZE
Creative Concept	ΠΡΟΛΑΤ, ΜΑΝΟΣ ΣΙΓΑΝΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ	Συσκευασίες χρωμάτων ΠΡΟΛΑΤ	BRONZE
Gifts	ΣΤΥΛ.Σ.ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ	Κατασκευή από χαρτόνι για post-it	BRONZE
Ενότητα: Drinks			
Alcohol	The BrandHouse	Rebranding and original design for MESSENICOLA Red Dry Wine	GOLD
Alcohol	Yonas Design - ΨΗΜΙΤΗ Α.Ε. - Forlabels S.A.	Gogreek "the collectibles" - ouzo miniature collections	GOLD
Alcohol	Οίκος Μεταξά	METAXA ANGELS' Treasure - Το δώρο των Αγγέλων	GOLD
Alcohol	Susami Creative Agency / 4 Wise Monkeys	Cutty Sark Urban Adventures Limited Edition Sleeve	SILVER
Supermarket Own Label Pack	MART Cash & Carry S.A.	Νέο Private Label - Τσίπουρο ΑΡΜΕΝΙΣΤΗΣ	SILVER
Supermarket Own Label Pack	Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.	Χυμοί "Μασούτης από τον τόπο μας".	BRONZE
Supermarket Own Label Pack	MART Cash & Carry S.A.	Νέο Private Label - Ούζο ΑΡΜΕΝΙΣΤΗΣ	BRONZE
Ενότητα: Pharmaceutical & Medical			
Pharmaceutical & Medical	ΕΜΒΙΟΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΗ - KM creative	Συσκευασία συλλέκτη δείγματος GENOSOPHY	GOLD
Pharmaceutical & Medical	TNT Greece	Συσκευασία- TNT Medpak Thermo - Special Services	SILVER
Pharmaceutical & Medical	Mylan	PEPA project (Pan European Packaging Alignment) – Καινοτόμα Συσκευασία Φαρμακευτικών Ιδιοσκευασμάτων	BRONZE
Pharmaceutical & Medical	TNT Greece	Συσκευασία- TNT Medpak Frozen - Special Services	BRONZE
Ενότητα: Tags & Labels			
Tags & Labels	Abc Design communication	Νέα συσκευασία Tooth Paste	GOLD
Tags & Labels	Yonas Design - Forlabels S.A.	Forlabels "sea world" - promotional packaging	SILVER
Tags & Labels	Yonas Design - Forlabels S.A.	Real wood, Ξύλινη ετικέτα	BRONZE
Ενότητα: Secondary & Tertiary Packaging			
Service Packaging	Red Design Consultants	TATOÏ Club / ROKA Restaurant's Table Olive Oil Bottle	GOLD
Display – Promotional Packaging – Point of Sale	PAPERPACK	PROMO AUTO STAND	SILVER
Display – Promotional Packaging – Point of Sale	PressiousArvanitidis & Interamerican	Η υπηρεσία "Οδική βοήθεια Anytime" γίνεται προϊόν και τοποθετείται σε σημεία λιανικής πώλησης	BRONZE

Κριτική Επιτροπή Packaging Innovation Awards 2015



1. **Δρ. Μιχαήλ Κοντομηνάς**, Καθηγητής, Τμήμα Χημείας, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, Πρόεδρος Κριτικής Επιτροπής
2. **Δρ. Αντώνης Καναβούρας**, Καθηγητής Συσκευασίας Τροφίμων, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αναπληρωτής Πρόεδρος Κριτικής Επιτροπής
3. **Σωτήρης Θεμελίδης**, Account Director Lowe and Partners SA
4. **Ανδρέας Θεοδωρακόπουλος**, Σύμβουλος Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, Kickad Partner
5. **Δρ. Δημήτριος Καραλέκας**, Καθηγητής, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας, Πανεπιστήμιο Πειραιά
6. **Μαρίκα Καρούζου**, Digital Marketing, υπεύθυνη της γραφιστικής απεικόνισης και προώθησης προϊόντων πελατών, IPG London,
7. **Δρ. Ευγένιος Κατσανίδης**, Επικ. Καθηγητής Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
8. **Δρ. Παναγιώτης Κυράτσης**, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών και Βιομηχανικού Σχεδιασμού ΤΕΙ Δ. Μακεδονίας
9. **Δρ. Κυριακή Λαμπροπούλου**, Διευθύντρια Τομέα Διασφάλισης Ποιότητας MART Cash & Carry
10. **Κωνσταντίνος Μάντζιος**, Οικονομολόγος, MBA, Συντονιστής Κριτικής Επιτροπής
11. **Δημήτρης Μαντής**, Πρόεδρος ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ
12. **Παναγιώτης Μεταλληνός**, Co-Founder & Managing Director, Design Toolkit, Photographer, Metallus photography και Co-Founder, Toolkit Startup
13. **Δρ. Νεκταρία-Μαριάνθη Μπάρκουλα**, Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Μηχανικών Επιστήμης Υλικών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
14. **Δρ. Σπυρίδων Νομικός**, Καθηγητής Σχολής Καλλιτεχνικών Σπουδών ΤΕΙ Αθήνας
15. **Δρ. Αναστάσιος Πολίτης**, Καθηγητή Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών ΤΕΙ Αθήνας
16. **Δρ. Πέτρος Τσαούκης**, Καθηγητής Σχολής Χημικών Μηχανικών Ε.Μ.Π
17. **Αννίτα Χριστοφίδου**, Marketing Consultant με προϋπηρεσία στην V+O Communications και Hill & Knowlton



Βάλτε το plus στη διατροφή σας!

Νέα σειρά Harmony Plus 1% από τη ΜΕΒΓΑΛ

Η ΜΕΒΓΑΛ πρωτοπορεί και παρουσιάζει μία ξεχωριστή σειρά προϊόντων, την Harmony Plus 1% σε τέσσερις υπέροχες γεύσεις!

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα το πολύτιμο ελληνικό στραγγιστό γιαούρτι συνδυάζεται με τέσσερις υπερτροφές, το Goji Berry, την Κινόα, το Ιπποφάες και την Αλόη, γνωστές εδώ και αιώνες για τις ευεργετικές τους ιδιότητες.

Τα «Harmony Plus με Goji Berry», «Harmony Plus με Κινόα», «Harmony Plus με Ιπποφάες» και «Harmony Plus με Αλόη», είναι αποτέλεσμα πολλών εξειδικευμένων ερευνών και έχουν στόχο να μας βοηθήσουν να κερδίσουμε υγεία, ευεξία και ενέργεια παράλληλα με την υπέροχη πλούσια γεύση τους.

ισχύει



*harmony 1%
plus*



+ **Goji Berry**



+ **Κινόα**
mixed berries



+ **Ιπποφάες**
λιναρόσπορος
αγριοφράουλα



+ **Αλόη**
αρχαίοι σπόροι



Δημήτρης Μαντής

Ολοι μαζί για να αναδείξουμε την αξία της Συσκευασίας και τη δυναμική των Ελληνικών Προϊόντων

Η συσκευασία αναδεικνύει, προωθεί, διευκολύνει τη χρήση, προστατεύει από εξωγενείς παράγοντες και διακινεί τα αγαθά στην αγορά. Σε μια παγκόσμια αγορά που συνεχώς μεταβάλλεται, η εξωστρέφεια του υψηλού δυναμικού της ελληνικής αγοράς αποτελεί μονόδρομο.

Η νέα πρωτοβουλία του ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ. και η συνεργασία του στα Packaging Innovation Awards 2016 εξυπηρετούν ακριβώς αυτή την ανάγκη. Την ανάγκη αναγνώρισης και επιβράβευσης της δουλειάς των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε ολόκληρη την αλυσίδα Συσκευασίας των προϊόντων, πεδίο το οποίο δεν είχε επαρκή κάλυψη μέχρι τώρα. Τώρα, είναι η κατάλληλη στιγμή να ενώσουμε τις δυνάμεις μας για να αναδείξουμε τη δυναμική των Ελληνικών Προϊόντων. Επιπρόσθετα, στους νικητές των Packaging Innovation Awards 2016, δίνεται η ευκαιρία να γίνουν υποψήφιοι και να διεκδικήσουν βραβείο στον κορυφαίο παγκόσμιο θεσμό βραβείων συσκευασίας WORLDSTAR PACKAGING AWARDS 2017 που διοργανώνονται από τον WORLD PACKAGING ORGANISATION (WPO). Ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥΒΙΠΥΣ) είναι μέλος του WPO και χειρίζεται το θέμα.

Δημήτρης Μαντής
Πρόεδρος Συνδέσμου Βιομηχανιών
Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ.)

Διεκδικήστε παγκόσμια διάκριση!

Σε όλους τους νικητές των Packaging Innovation Awards 2016, δίνεται η ευκαιρία να γίνουν υποψήφιοι και να διεκδικήσουν βραβείο στον κορυφαίο παγκόσμιο θεσμό βραβείων συσκευασίας WORLDSTAR PACKAGING AWARDS 2017 που διοργανώνονται από τον WORLD PACKAGING ORGANISATION. Εκπρόσωπος του Οργανισμού στην Ελλάδα είναι ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥΒΙΠΥΣ).

Πληροφορίες στο info@pack.gr, υπεύθυνος κ. Μίλτος Μέλλιος

MAGAZINE

**Η επόμενη μέρα στη βιομηχανία
και τις επιχειρήσεις**

Στείλτε τα παρακάτω στοιχεία
στο e-mail: apsiloudi@boussias.com
για να λάβετε το **πρώτο τεύχος δωρεάν**:
Όνοματεπώνυμο, Εταιρεία, Θέση στην εταιρεία,
Διεύθυνση της Εταιρείας, Τηλέφωνο και E-mail



Το περιοδικό Plant Management
επανακυκλοφορεί με το τεύχος Μαΐου 2016!

Το περιοδικό Plant Management, με έτος πρώτης έκδοσης το 1979, είναι η μοναδική ειδική έκδοση που καλύπτει θέματα διοίκησης της βιομηχανίας και των επιχειρήσεων στη χώρα μας, με αποτέλεσμα να αποτελεί σημείο αναφοράς στο χώρο αυτό και ταυτόχρονα τον απόλυτο οδηγό για κάθε στέλεχος της βιομηχανίας και των επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Η θεματολογία του περιοδικού καλύπτει όλους τους άξονες της βιομηχανίας και των επιχειρήσεων, όπως:
Ενέργεια, Περιβάλλον, Βιομηχανική παραγωγή, Βιομηχανικές εγκαταστάσεις, Health & Safety, Facilities, Αυτοματισμοί, Logistics-Διανομές-Μεταφορές, Software, Εξοπλισμός – Αναλώσιμα, Συστήματα Συσκευασίας, Προμηθευτές, Συντήρηση, Εκπαίδευση, Έλεγχος Ποιότητας, HR, Ασφαλιστικά Επαγγελματικά Προγράμματα, Οικονομία-Χρηματοδοτήσεις, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Μηχανολογικός Εξοπλισμός – Ηλεκτρολογικός Εξοπλισμός, θέματα της καθημερινότητας των στελεχών της βιομηχανίας κ.ά.

Συγκεκριμένα, το περιοδικό διαβάζεται από στελέχη όπως:

- γενικούς διευθυντές
- τεχνικούς διευθυντές και διευθυντές παραγωγής
- διευθυντές εργοστασίων
- διευθυντές ασφάλειας & υγείας
- διευθυντές συντήρησης και Facility Managers
- μηχανικούς αυτοματισμού και ελέγχου
- στελέχη διεύθυνσης περιβάλλοντος & αειφόρου ανάπτυξης
- στελέχη διαχείρισης εγκαταστάσεων
- στελέχη διεύθυνσης λειτουργίας
- μηχανικούς, ηλεκτρολόγους, μηχανολόγους, συμβούλους & εμπειρογνώμονες
- ερευνητές και ακαδημαϊκούς



NEW STAR
ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

2016

Εντυπωσίασε τους καταναλωτές!

*Συμβάλλει ουσιαστικά σε έναν
υγιεινό τρόπο ζωής!*

*Ανταποκρίνεται σε
πραγματικές ανάγκες!*

Αξίζει τα λεφτά του!

Πρέπει να το δοκιμάσουν όλοι!

*Δεν το έχουν αγοράσει μόνο όσοι
δεν το γνωρίζουν ακόμη!*

ΕΙΝΑΙ ΑΣΤΕΡΙ!

Εάν αυτές οι δηλώσεις
εκφράζουν την άποψή σας για
τα νέα προϊόντα της εταιρείας
σας, δηλώστε συμμετοχή στον
νέο διαγωνισμό

NEW STAR 2016

Επιλογή Καταναλωτών!

Δώστε στο προϊόν σας την
ευκαιρία να ανακηρυχθεί από
τους ίδιους τους καταναλωτές
αστέρι στην κατηγορία του!



www.newstaraward.gr

Σημ. Αφορά σε τρόφιμα και μη τρόφιμα που κυκλοφόρησαν στα σούπερ μάρκετ από 1/01/2015 έως 29/02/2016.

ΤΙΜΗΤΙΚΟ ΒΡΑΒΕΙΟ



Αλέξης Στασινόπουλος

Αλέξης Στασινόπουλος ήταν ο πρώτος Πρόεδρος του Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών Συσκευασίας από την ίδρυσή του το 1999 και για αρκετά χρόνια, ενώ στην περίοδο 2003-2006 ήταν και Πρόεδρος του Παγκόσμιου Οργανισμού Συσκευασίας (World Packaging Organization).

Το 2008 συμπλήρωσε σαράντα χρόνια δημιουργικής δραστηριότητας στο χώρο της συσκευασίας.

Έχει πτυχίο Χημικού από το Πανεπιστήμιο Αθηνών και Ph.D στη Χημεία Πολυμερών από το University of Florida.

Το 1970 ίδρυσε την Αργώ, εταιρεία μελέτης και ανάπτυξης καινοτομιών στον τομέα της συσκευασίας. Από το 1980 η Αργώ ανέπτυξε βιομηχανική δραστηριότητα βασισμένη στις καινοτομίες της προηγούμενης δεκαετίας και παραμένει μέχρι σήμερα πρωταγωνίστρια στον κλάδο. Έχει εκτεταμένο συγγραφικό έργο στο οποίο περιλαμβάνεται και το Ερμηνευτικό Λεξικό Υλικών και Μεθόδων Συσκευασίας (Έκδοση ΟΠΕ).

Είναι επιπλέον κάτοχος ελληνικών και διεθνών διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας στους τομείς της συσκευασίας και της τεχνολογίας υλικών. Συμμετέχει σε ευρωπαϊκές επιτροπές και ομάδες εργασίας για την ενίσχυση της βιομηχανικής έρευνας και την ανάπτυξη της καινοτομίας στις μικρομεσαίες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις.

BEST IN SHOW: Alcohol



Συγκέντρωσε τον μεγαλύτερο Μ.Ο.
στην αξιολόγησή του

Ενότητα: Food



Dolphins // Communication Design

The Secret Keepers

GOLD

Σειρά προϊόντων της εταιρείας “The Secret Keepers”, η οποία παράγει και εμπορεύεται εκλεπτυσμένα προϊόντα (Premium) από τη γη της Χαλκιδικής. Στη διαδικασία παραγωγής των προϊόντων ακολουθούνται στάδια που βασίζονται σε μυστικές προεργασίες. Οι Secret Keepers, μία παρέα νέων παραγωγών που ειδικεύεται στην παραγωγή, την τυποποίηση και την εμπορία αγροτικών προϊόντων σε όλο τον κόσμο, αυτοαποκαλούνται οι κλειδοκράτορες κρυφών μυστικών της παράδοσης. Μίνιμαλ σχεδιασμός, βασισμένος σε μυστικιστικά σύμβολα και φόρμες.



2YOLK

39/22

GOLD

Η σειρά εξαιρετικών παρθένων ελαιόλαδων 39/22 είναι το πρώτο προϊόν της νεοσύστατης ελληνικής εταιρείας Great Stories. Στόχος της εταιρείας ήταν και παραμένει να ταξιδέψει στη διεθνή αγορά τα εξαιρετικά αγροτικά προϊόντα της ελληνικής γης, με πρώτο και καλύτερο το ελληνικό ελαιόλαδο. Η εταιρεία θέλησε να προωθήσει τα ελληνικά μονοποικιλιακά ελαιόλαδα, με όχημα τρεις αρχικά ποικιλίες, το Μανάκι, την Κορωνέικη και την Αθηνολιά, και να δημιουργήσει ένα κοινό που θα τις αναγνωρίζει και θα τις αναζητά για την αμέριστη γευστική τους ταυτότητα στο πέρασμα των αιώνων.

Το brand "39/22" αντιστοιχεί στις γεωγραφικές συντεταγμένες που οδηγούν κατευθείαν στην καρδιά του ελληνικού τοπίου. Κάθε μια από τις γυναικείες φιγούρες που επιλέχθηκαν στον σχεδιασμό, αντανάκλα τη διαχρονικότητα. Σχεδιάστηκαν πάνω σε γυναικεία ειδώλια από την αρχαία ελληνική τέχνη, Κυκλαδική, Αρχαϊκή και Μινωική. Το καπάκι επιλέχθηκε από δρύινο ξύλο ως μια άμεση αναφορά στην καταγωγή του προϊόντος, το δέντρο. Ως ιδανικό για την προστασία του ελαιολάδου από την οξείδωση δοχείο επιλέχθηκε αυτό του λευκοσιδήρου, με πολλαπλές πιστοποιήσεις και 100% ανακυκλώσιμο.

ΜΕΒΓΑΛ

HARMONY 1% PLUS

(GOJI BERRY, ΚΙΝΟΑ, ΑΛΟΗ, ΙΠΠΟΦΑΕΣ)

SILVER



Το νέο γιαούρτι "harmony 1% plus", μέσα από το δυναμικό και σύγχρονο σχεδιασμό του, αποπνέει στυλ και ποιότητα. Το περιεχόμενο παραμένει το ίδιο εξαιρετικό, εμπλουτίζοντάς το όμως με υπερ-τροφές συγκαταλέγεται στα premium, διατηρώντας τη χαρακτηριστική πλήρη γεύση του ελληνικού στραγγιστού ΜΕΒΓΑΛ που έχει γίνει αγαπητή τόσο χρόνια. Το μαύρο χρώμα που κυριαρχεί στη συσκευασία του κυπέλλου αποτελεί καινοτομία -ειδικά για ένα προϊόν όπως το γιαούρτι- και επιλέχθηκε για να τονίσει την πρωτοπορία του συγκεκριμένου προϊόντος και να ξεχωρίζει στα ψυγεία, ανάμεσα στην πληθώρα επιλογών. Το μαύρο της συσκευασίας σε συνδυασμό με τη λογοτυπία "harmony 1% plus" σε χρυσό τονίζει επίσης τον premium χαρακτήρα του προϊόντος, ενώ εμπλουτίστηκε με τα χρώματα των Super-Foods (κόκκινο, μοβ, πράσινο, πορτοκαλί). Απεικονίζεται το σήμα Χωρίς γλουτένη. Κυκλοφορούν με περιέκτη που περιλαμβάνει κουταλάκι για αυθόρμητη κατανάλωση του προϊόντος κάθε στιγμή. Η συσκευασία αποτελείται από ανακυκλώσιμο υλικό. Σχεδιάστηκε από τη διαφημιστική εταιρεία Oxygen2adv.



MAGNET

NOYNOY ΕΚΛΕΚΤΟ - ΓΑΛΑ

SILVER

Η NOYNOY εμπνέεται από την παράδοση και βασιζόμενη στην εμπειρία και την τέχνη των Ελλήνων κτηνοτρόφων φέρνει την παραδοσιακή γεύση και αυθεντικότητα στην καθημερινότητα. Στόχος ήταν να δημιουργηθεί μια συσκευασία που θα “μιλάει” στον καταναλωτή, αφού η συσκευασία του γάλακτος (tetrapak) παραπέμπει σε γάλα UHT και όχι φρέσκο, ενώ η κληρονομιά του ονόματος NOYNOY ως ένα πολύ αξιόπιστο και ποιοτικό brand που μας έχει μεγαλώσει εδώ και 10ετίες, δεν είναι όμως φρέσκο, ελληνικό ή παραδοσιακό/αυθεντικό!

Ετσι, χρησιμοποιήθηκε λευκό background σε όλη τη σειρά προκειμένου να βγάλει την αγνότητα/φυσικότητα του προϊόντος. Επίσης είναι λευκό το λογότυπο NOYNOY (αντί του κλασσικού μπλε) για να απομειωθεί η σύνδεση με το εμπορέ. Συνδυασμός σκίτσων (doodles) με φωτογραφία αποτυπώνει το storytelling της συσκευασίας με σύγχρονο τρόπο. Στο γάλα χρησιμοποιήθηκε μια καρδάρα ως παραδοσιακό σύμβολο. Στη συσκευασία αναπτύχθηκαν δύο μπροστινές όψεις με μισή καρδάρα που όταν τις τοποθετείς στο ψυγείο δίπλα-δίπλα σχηματίζουν μια ολόκληρη. Αυτό δημιουργεί το οπτικό εφέ ότι η συσκευασία είναι μεγαλύτερη και βοηθά στην αναγνωρισιμότητα στο super market.

Μύλοι Αγίου Γεωργίου - Μύλοι Λούλη

Νέα Συσκευασία Αλεύρι

“Για όλες τις χρήσεις” και “Φαρινάπ”

SILVER



Οι Μύλοι Αγίου Γεωργίου λανσάρουν μια νέα, καινοτόμα συσκευασία για το αλεύρι “Για όλες τις χρήσεις” και το “Φαρινάπ”. Το νέο υλικό της συσκευασίας έρχεται να αντικαταστήσει την παραδοσιακή χάρτινη σακούλα και έχει τρία χαρακτηριστικά: 1) Ανθεκτικό υλικό καθώς δεν σκίζεται εύκολα, προστατεύει το προϊόν από την υγρασία και το νερό και αποτρέπει τις απώλειες αλεύρου στο ράφι, χάρη στον τρόπο που συσκευάζεται σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο συσκευασίας του χαρτιού. 2) Έχει ειδική αυτοκόλλητη ταινία για την καλύτερη αποθήκευση της συσκευασίας μετά το άνοιγμά της. 3) Έχει δοσομετρητή για μεγαλύτερη ευκολία στην κουζίνα.

Η νέα συσκευασία προσφέρει ένα ακόμη ουσιαστικό πλεονέκτημα, θωρακίζει το προϊόν πολύ καλά με αποτέλεσμα να μειώνει την πιθανότητα επιμόλυνσης του αλεύρου με ξενιστές στο ράφι, κάτι που συμβαίνει αρκετά συχνά.

Η επένδυση ήταν αρκετά υψηλή και απαιτούσε αγορά νέας συσκευαστικής μηχανής με διαφορετική τεχνολογία και χρειάστηκε 1 ½ χρόνος για την υλοποίηση του έργου.



A. Χατζόπουλος

Kellogg's Cereal Bars

SILVER

Νέο υλικό συσκευασίας για μπάρες δημητριακών, OPP/ PET/Cold_seal, αντί του παραδοσιακού OPP/mOPP/ Cold_seal. Νέα συσκευασία χωρίς να περιλαμβάνει αλουμινόφυλλο ή επιμετάλλωση, που ταυτόχρονα όμως παρουσιάζει πολύ υψηλές αδιαπερατότητες σε οξυγόνο, υγρασία και άρωμα. Η συσκευασία αυτή επίσης παρέχει εξαιρετική διαφάνεια για να βλέπει ο καταναλωτής το προϊόν (ειδική απαίτηση από το marketing του πελάτη) και την ίδια στιγμή εξασφαλίζει τον κατάλληλο χρόνο ζωής στο ράφι. Επιπλέον το φιλμ συμπεριφέρεται άριστα στις συσκευαστικές μηχανές, χωρίς απαιτήσεις για τροποποιήσεις ή επεμβάσεις, και φυσικά επιτυγχάνοντας τη μέγιστη ταχύτητα/ παραγωγικότητα. Η μετάβαση από το παλιό υλικό στο νέο ήταν απροβλημάτιστη. Η νέα συσκευασία βελτίωσε το προϊόν και ως προς τους περιβαλλοντικούς δείκτες, με την αφαίρεση της επιμετάλλωσης, και τη μείωση του συνολικού πάχους του υλικού κατά 17,7% και του βάρους κατά 3,3%.



2YOLK

PUMMARO

SILVER

Εδώ και 30 χρόνια, το Pummato παραμένει ένα από τα κυρίαρχα brand στην ελληνική αγορά. Ωστόσο, το 2014 η ΕΛΑΪΣ Unilever Hellas αποφάσισε πως ένα leader brand, όπως αυτό, δεν μπορεί να επαναπαύεται. Η 2yolk μελέτησε τη νέα συσκευασία του Pummato για να επικοινωνεί την ελληνική προέλευσή του, τις αιφώρες καλλιέργειες και τις αξίες που πρεσβεύει το brand. Το φωτογραφικό θέμα, ένα καφάσι από ζουμερές τομάτες που μόλις στοιβάχτηκαν από έναν αγρότη στο χωράφι κάτω από το φως του ελληνικού ήλιου, εκτυλίσσεται ενιαίο και στις τέσσερις πλευρές της συσκευασίας, εντείνοντας την τρισδιάστατη, πραγματική διάσταση των αντικειμένων. Η λογική του συνεχόμενου θέματος αποτυπώνει και την αλυσιδωτή ροή που σχετίζεται με την έννοια της αιφορίας ως όραμα και πρακτική. Αυτά τα στοιχεία αναδεικνύονται στην πίσω όψη της συσκευασίας με κείμενα και εικόνες από τη ροή εργασιών σε χωράφι της Γαστούνης. Το μεγαλύτερο μέρος προϊόντων της Pummato κυκλοφορούν σε συσκευασίες Tetra Brik® Aseptic της Tetra Pak®, από χαρτόνι με πιστοποίηση FSC.



Tetra Pak & Όλυμπος

Νέα συσκευασία για την κρέμα γάλακτος

Όλυμπος από την Tetra Pak
SILVER

Η βιομηχανία γάλακτος Όλυμπος επέλεξε τη νέα χάρτινη συσκευασία Tetra Brik® Aseptic Edge των 200 ml για την κρέμα γάλακτος Όλυμπος. Η καινοτομία της πρωτοποριακής συσκευασίας Tetra Brik Aseptic® Edge οφείλεται κυρίως:

- Στον εργονομικό της σχεδιασμό για εύκολο άνοιγμα και κλείσιμο με μια μόνο κίνηση.
- Το πρωτότυπο σχήμα και design.
- Το πρακτικό της μέγεθος, που επιτρέπει στον καταναλωτή να χρησιμοποιεί ακριβώς όση ποσότητα επιθυμεί.

Συνδυάζοντας όλα τα πλεονεκτήματα της ασηπτικής τεχνολογίας, η νέα συσκευασία διατηρεί αναλλοίωτη την ποιότητα και τη γεύση του περιεχομένου της. Επιπλέον, το νέο πρακτικό καπάκι ασφαλείας HeliCap™ 23, έχει σχεδιαστεί με στόχο να διευκολύνει τους καταναλωτές στο άνοιγμα και το κλείσιμο της συσκευασίας, αλλά και να κάνει καλύτερο τον τρόπο με τον οποίο σερβίρεται το προϊόν κατευθείαν από τη συσκευασία. Η χάρτινη συσκευασία αποτελείται από πολλαπλά στρώματα, η ύλη των οποίων προέρχεται κατά 70-75% από χαρτί, γεγονός που την καθιστά 100% ανακυκλώσιμη.



A. Χατζόπουλος

Caricol 20 ml fruit puree stick

Bronze

Υγικό συσκευασίας χωρίς μέταλλο ή επιμετάλλωση (PET/OPA/cPP), αλλά με ιδιότητες υψηλού φραγμού σε υγρασία, οξυγόνο και άρωμα, για συσκευασία φρουτοπολτού σε sticks. Η συσκευασία προστατεύει άριστα ένα παρθένο, φυσικό, φαρμακευτικό προϊόν (ο φρουτοπολτός συσκευάζεται χωρίς συντηρητικά ή άλλα πρόσθετα) και είναι σχεδιασμένη (υλικά, μελάνια και κόλλες) να αντέχει στο ζεστό γέμισμα (hot filling) που γίνεται κατά την παραγωγική διαδικασία του προϊόντος. Το stick του φρουτοπολτού προορίζεται για την αντιμετώπιση της δυσπεψίας. Το προϊόν μεταφέρεται εύκολα και μπορεί να συνοδεύει τον καταναλωτή στον χώρο εργασίας του, κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού ή όπου αλλού. Το πάχος της συσκευασίας, ενώ δεν ξεπερνά τα 72 μm, δίνει την απαραίτητη ακαμψία κράτημα και εύκολο άνοιγμα. Ένα ειδικό λαμινάρισμα καθώς και η σωστή επιλογή των Α' υλών, βοηθούν μαζί με την εγκοπή του stick στο σωστό σχίσίμό τους πριν τη χρήση τους.



2YOLK L'ARTIGIANO BRONZE

Τα L' Artigiano είναι μια επιτυχημένη αλυσίδα καταστημάτων delivery ιταλικής κουζίνας. Οι παραδοσιακές ιταλικές συνταγές, τα εκλεκτά υλικά και τα φρεσκομαγειρεμένα γεύματα είναι η σταθερή υπόσχεση του brand στους καταναλωτές εδώ και 23 χρόνια. Οι συσκευασίες του, που από το 2011 επιμελείται η 2yolk, αποτύπωναν πάντα τον χειροποίητο χαρακτήρα των γευμάτων, τα γνήσια υλικά και την ποιότητα ενός αληθινού “artigiano” που στα Ιταλικά σημαίνει χειροτέχνης. Το 2014, η στροφή της κουζίνας του σε μια ακόμη πιο εκλεπτυσμένη άποψη της ιταλικής κουζίνας και τα γνήσια ιταλικά υλικά, αποτέλεσαν αφορμή για rebranding. Έτσι, το λογότυπο L' Artigiano εκσυγχρονίστηκε, αποκτώντας δύο τελείες που αφήνουν χώρο στους καταναλωτές να ερμηνεύσουν τι είναι L' Artigiano. Σχεδιάστηκαν συσκευασίες για κάθε κατηγορία γεύματος ξεχωριστά. Φτιάχτηκε για κάθε γευστική πρόταση ένα χαρούμενο μωσαϊκό τυπογραφίας και χειροποίητων εικονογραφήσεων, με τα χαρακτηριστικά φρέσκα υλικά κάθε πιάτου, και το brand από το 2015 αγκάλισε το digital marketing, εκτός από τα παραδοσιακά κανάλια προώθησης. Ο επανασχεδιασμός των χάρτινων συσκευασιών και το πέρασμα στα νέα υλικά απέφεραν εξοικονόμηση έως και 40%.

Supermarket Own Label Pack

Διαμαντής Μασούτης Κατεψυγμένος αρακάς “Μασούτης από τον τόπο μας” SILVER



Το brief για τη συσκευασία του κατεψυγμένου αρακά “Μασούτης από τον τόπο μας”, θα μπορούσε να συνοψιστεί στη φράση: “Ένα Private Label προϊόν υψηλής ποιότητας, με έντονες τις αξίες της φρεσκάδας και της εντοπιότητας”. Γι’ αυτό επιλέχθηκε το λευκό χρώμα, καθώς έχει ταυτιστεί με τη φρεσκάδα και την καθαρότητα, διαφοροποιεί το προϊόν από τον ανταγωνισμό των Private Labels και προκαλεί συνειρμούς για αγνότητα, υψηλή ποιότητα, εκλεκτό προϊόν. Η μοντέρνα και μίνιμαλ προσέγγιση, εξισορροπείται αρμονικά με τις αξίες της παράδοσης και της ζεστασιάς, μέσω της ξύλινης ταμπέλας, που μεταφέρει στο χωράφι, τον τόπο καταγωγής του προϊόντος. Το παιχνίδι με την τρίτη διάσταση και το σκίσιμο στη συσκευασία ενισχύει τις αξίες της ζωντάνιας, της αυθεντικότητας και της φρέσκιας εικόνας. Οι παραπάνω ενέργειες της διαφημιστικής εταιρείας της Θεσσαλονίκης “Kitchen Was” είχαν ως αποτέλεσμα την ισχυροποίηση του brand, επιτυγχάνοντας αύξηση πωλήσεων 16%.

Ενότητα: Food

Supermarket Own Label Pack



MART Cash & Carry

Νέο Private Label - Ελληνική Φέτα "Αγνάντι" SILVER

Πρόκειται για προϊόν Π.Ο.Π. Το λογότυπό του παραπέμπει έντονα στο ελληνικό στοιχείο, λόγω της γκραβούρας και της κορδέλας στα χρώματα της ελληνικής σημαίας. Ανατρεπτικοί κώδικες επικοινωνίας καθώς δεν κυριαρχεί το λευκό χρώμα, αλλά απεικονίζεται στο φόντο της συσκευασίας το βαρέλι, «μεταμορφώνοντας» τον μεταλλικό κουβά ή τον πλαστικό περιέκτη, που παραπέμπει στην παραδοσιακή «βαρελίσια φέτα». Η λέξη «Αγνάντι» πρωτοαναφέρθηκε στις γραφές του Ομήρου και συνδέθηκε με το βλάχικο λόγο. Χρησιμοποιείται από τους βοσκούς, όταν βρίσκονται σε υψηλό ορεινό σημείο από το οποίο παρακολουθούν το κοπάδι τους. Δίνει την αίσθηση της φύσης και φέρει τη γνώση των βοσκών. Το προϊόν διατίθεται σε διαφορετικά βάρη και συσκευασίες για να μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των επαγγελματιών και των εμπόρων. Η συσκευασία των 400 gr έχει πλαστικό περιέκτη σε μπλε χρώμα, το οποίο αποτελεί καινοτομία. Στη συσκευασία του προϊόντος, σύντομα, θα αποδοθεί και το ελληνικό σήμα, αφού, βάσει ερευνών, οι καταναλωτές προτιμούν τα ελληνικά προϊόντα. Ανακυκλώσιμη συσκευασία.



Διαμαντής Μασούτης

Στραγγιστό γιαούρτι "Μασούτης από τον τόπο μας" BRONZE

Η πρόκληση για το συγκεκριμένο προϊόν, ήταν να δημιουργηθεί μια συσκευασία που να προβάλλει την ελληνικότητα της πρώτης ύλης, αφού παρασκευάζεται αποκλειστικά από ελληνικό γάλα. Για το λόγο αυτό, η διαφημιστική εταιρεία της Θεσσαλονίκης Kitchen Was, επέλεξε να αντικαταστήσει τα μηδενικά στο «100%» από κουπάκια γιαουρτιού. Επιπλέον, το μοτίβο με το πλεκτό από τσιγκελάκι που διακοσμεί τη συσκευασία, παραπέμπει στην ελληνικότητα, στην παράδοση. Η γραμματοσειρά είναι φιλική, κλασσική και ανισοπαχής, ενισχύοντας επίσης την έννοια της παράδοσης. Το λευκό χρώμα προκαλεί συνειρμούς αγνότητας, δροσιάς, φρεσκάδας και φυσικά είναι το χρώμα το ίδιο του προϊόντος, ενώ το γαλάζιο είναι απόλυτα συνδεδεμένο με την Ελλάδα, αλλά και με την κατηγοριοποίηση των γαλακτοκομικών βάσει λιπαρών. Τέλος, το στίσιμο είναι κεντροαξονικό, για να εστιάξει το μάτι ευκολότερα, ενώ μια κάθετη ματιά στο κέντρο της συσκευασίας μεταδίδει όλη την πληροφορία. Το αποτέλεσμα ήταν η ισχυροποίηση του brand και η αύξηση των πωλήσεων κατά 16%.

MART Cash & Carry

Νέο Private Label - Γιαούρτι στραγγιστό Master Chef (δοχείο 1 kg) **BRONZE**



Το προϊόν είναι αντικατάσταση παλαιότερου, το οποίο απευθύνεται σε επαγγελματίες μάγειρες, ζαχαροπλάστες και ειδικούς εστίασης. Στην καινούργια παρουσίαση του προϊόντος χρησιμοποιείται πρώτη φορά, δοχείο χρυσού χρώματος. Η αλλαγή του δοχείου σε χρυσό αναδεικνύει τόσο την ποιότητα του προϊόντος όσο και τη χρηστικότητά του από επαγγελματίες που δεν κάνουν «εκπτώσεις» σε αυτήν. Η χρωματική αλλαγή του περιέκτη προσδίδει ό,τι ακριβώς χρειάζονται οι επαγγελματίες του χώρου της μαζικής εστίασης, χωρίς όμως να αυξάνει το κόστος τους, αφού δεν έχει αλλάξει το κόστος παραγωγής του προϊόντος. Γνωρίζοντας την ανάγκη των επαγγελματιών, η συσκευασία είναι κατασκευασμένη να ανοίγει εύκολα αλλά και να ξανακλείνει, συμβάλλοντας στη σωστή διατήρηση και ασφάλεια του προϊόντος. Η εικαστική παρουσίαση του προϊόντος είναι απλή και λιτή, αλλά ταυτόχρονα αρχοντική. Το χρυσό, το λευκό και το μαύρο χρώμα προσδίδουν premium χαρακτήρα στο προϊόν και δηλώνουν την αξιοπιστία του προς το πελατολόγιο όπου απευθύνονται. Ανακυκλώσιμη συσκευασία (Keep tidy, recycle).

Pet Food



ManosPack

PetBowl - Χάρτινη συσκευασία - πιατάκι ζωοτροφής μίας χρήσης **BRONZE**

Το PetBowl Tray είναι πρωτοποριακή συσκευασία, μίας χρήσης, για νωπή, κατεψυγμένη και ξηρά τροφή κατοικίδιων. Προβάλλει το προϊόν, καθώς τυπώνεται άριστα τόσο το σκεύος, όσο και το καπάκι που το σφραγίζει. Προστατεύει την τροφή, αλλά και φυλάσσει τις μυρωδιές μέχρι να ανοίχτεί και να σερβιριστεί. Είναι πρακτικό γιατί αποτελεί μια μερίδα τροφής έτοιμη προς σερβίρισμα, χωρίς να χρειάζεται άλλο σκεύος ή να πρέπει να καθαριστεί στη συνέχεια. Ανάλογα με το είδος και τις ανάγκες της ζωοτροφής που συσκευάζει το PetBowl:

1. Αντέχει σε βαθιά κατάψυξη (έως -40°C) για να διατηρεί το προϊόν αναλλοίωτο.
2. Ανθεκτικό μέχρι τους 220°C σε φούρνο ή μικροκύματα.
3. Μεταφέρεται χωρίς να λερώνει ή να μεταφέρει τη βαριά μυρωδιά της ζωοτροφής.

Είναι φιλικό προς το περιβάλλον, πλήρως ανακυκλώσιμο από 100% χαρτοπολτό και εγκεκριμένο για άμεση επαφή με την τροφή.

Ενότητα: Non Food

Useful Object



PAPERPACK & ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΔΟΝΟΣ

Πτυσσόμενο σταχτοδοχείο ακτής
GOLD

Το πτυσσόμενο σταχτοδοχείο ακτής αποτελεί έμπνευση του κ. Κωνσταντίνου Δόνου μετά από επίσκεψή του με φίλους σε μια παρθένα παραλία των Κυκλάδων. Φεύγοντας, θέλησαν να συλλέξουν όλα τους τα απορρίμματα σε αυτοσχέδιους μικρούς κάδους. Ο ίδιος είχε την ιδέα να δώσει το σχήμα κώνου σε μια σελίδα περιοδικού, σχηματίζοντας χωνί για τα αποσίγαρα. Αυτό αποτέλεσε το έναυσμα για τη δημιουργία του πτυσσόμενου σταχτοδοχείου, όπου μπορεί κάποιος να τοποθετήσει και άλλα μικρο-απορρίμματα, όπως καπάκια, πλαστικά περιτυλίγματα κ.λπ. Ο σχεδιασμός έπρεπε να είναι πλήρως προσαρμοσμένος στην ανάγκη για την οποία προοριζόταν να καλύψει και ταυτόχρονα να δημιουργεί ενδιαφέρον στον χρήστη. Το αποτέλεσμα ήταν εντυπωσιακό καθώς δημιουργήθηκε μια πρακτική και έξυπνη συσκευασία, με Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας (υπ. αριθμ.:!00462!) από τον Ο.Β.Ι. και κατοχύρωση από αντίστοιχους φορείς των Η.Π.Α και της Ιταλίας. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματά του είναι η ευκολία χειρισμού, η καινοτομία ως προς τη χρήση νέων υλικών, το smart size, η δυνατότητα ανακύκλωσης και η γραφιστική απεικόνιση (sales appeal), αφού μπορεί να λειτουργεί και ως προωθητικό υλικό με τυπωμένες ενδείξεις.

Clothes - Shoes



FRAGOS

Maison Marasil packaging
SILVER

Το Maison Marasil έχει αποκτήσει υψηλότερη αναγνωρισιμότητα χάρη στο ευφάνταστο κουτί του, το οποίο είναι συλλεκτικό, αφού το ίδιο εικαστικό δεν προχωρά σε 2η εκτύπωση, ενώ η ιδέα για ένα πολυτελές κουτί κάνει την κάθε παραγγελία-αγορά να αντιμετωπίζεται σαν δώρο. Αρχικά σχεδιάστηκε για να καλύψει τις ανάγκες του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στην πορεία υιοθετήθηκε και στα φυσικά καταστήματα χωρίς να αλλοιωθεί στο παραμικρό. Με κάθε αγορά-παραγγελία, τα προϊόντα τοποθετούνται στο κουτί, τυλιγμένα με ιδιαίτερη προσοχή και φροντίδα με ριζόχαρτο και ασορτί αυτοκόλλητο. Εάν πρόκειται για αγορά μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος και ο πελάτης θέλει να το μεταφέρει ως δώρο, του αποστέλλεται και η αντίστοιχη χάρτινη τσάντα. Όλο το πακέτο μπαίνει σε πλαστική σακούλα κούριερ η οποία επίσης είναι branded Maison Marasil με unique design. Τα υλικά που επιλέχθηκαν για το κουτί ήταν τέτοια ώστε να είναι ανθεκτικό στις δύσκολες συνθήκες των ταχυμεταφορών και να μένει αναλλοίωτο μαζί με το προϊόν. Τα μεγέθη του βγήκαν κατόπιν στατιστικών αποτελεσμάτων με βάση τον όγκο των παραγγελιών ανά σεζόν και είναι τρία. Είναι αναδιπλούμενο και ανακυκλώνεται.

MAISON MARASIL



WWW.MAISONMARASIL.COM



PAPERPACK

AKIKO YOSHIMOTO

SILVER

Η εταιρεία AKIKO YOSHIMOTO ιδρύθηκε το 2013 στο Λονδίνο από τη δημιουργό φωτογράφο και σχεδιάστρια Άλκηστι Βενετοπούλου, με βάση τη φωτογραφία. Η συσκευασία για ρούχα της εταιρείας δημιουργήθηκε από το σχεδιαστικό τμήμα της Paperpack μετά από επιθυμία της ιδιοκτήτριας για μια συσκευασία διαφορετική. «Θέλω το κουτί που θα σχεδιάσετε να εκφράζει την ανάγκη μου για μια ξεχωριστή εμπειρία στη δημιουργία του ρούχου», είχε τονίσει. Και το επιθυμητό αποτέλεσμα ήρθε: Το τρίγωνο κουτί δεν μοιάζει με κανένα, αντίστοιχο, και λόγω της φιλοσοφίας (κουτί-τσάντα) και του σχήματός του, μέσα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα κατάφερε να είναι αναγνωρίσιμο. Κατασκευάζεται από ανακυκλωμένο χαρτόνι 300 γρ., λαμιναρισμένο με 2φυλλο E Flute, ώστε η συσκευασία να είναι στιβαρή, έχει διπλά clips κλεισίματος σε κάθε πλευρά και φέρει δύο εικαστικά, ένα γκρι και ένα μαύρο, για να συνδυάζεται με το εκάστοτε περιεχόμενο. Εντυπωσιακό είναι ότι πελάτες της κας Βενετοπούλου της εκμυστηρεύτηκαν ότι έψαξαν την εταιρεία αφού είδαν κάποιον να κρατά τη συσκευασία στο δρόμο!

Informative Approach

Σ.Α. ΒΑΪΡΑΜΟΓΛΟΥ

Essi Pack

SILVER



Στο πλαίσιο της ενίσχυσης του brand της Essilor, (εταιρείας οφθαλμικών φακών), καθώς και των υπόλοιπων sub-brands, η Σ.Α. Βαϊράμογλου Α.Β.Ε.Ε. επένδυσε στη δημιουργία μιας ειδικής συσκευασίας, το "EssiPack" για την παράδοση των γυαλιών οράσεως στον τελικό καταναλωτή. Η καινοτόμος προσέγγιση είναι η ιδέα της ανάδειξης του brand των οφθαλμικών φακών έναντι του brand του σκελετού. Σε αντίθεση με τη συνηθισμένη πρακτική του να λαμβάνει κανείς τα γυαλιά του (αξίας εκατοντάδων ευρώ) σε μια μικρή και απλή θήκη, η οποία συνήθως είναι ήδη λογοτυπημένη από το brand του σκελετού, το EssiPack μετατρέπει αυτή την αγορά σε ένα προσωπικό δώρο, αντίστοιχο αυτού της καλής όρασης και αναδεικνύει τη σημαντικότητα του οφθαλμικού φακού. Το design της συσκευασίας επιλέχθηκε να είναι ένα κουτί με καπάκι ασφάλειας για το προϊόν και διαφοροποιεί κυρίως το branding, αφού με την εσωτερική διαρρύθμιση, η θήκη των γυαλιών «κρύβεται» και δεν εμφανίζεται κανένα λογότυπο πλην της Essilor. Παράλληλα η κάρτα εγγύησης και το ενημερωτικό φυλλάδιο βρίσκονται κεντρικά στη συσκευασία για την επισήμανση της αυθεντικότητας του προϊόντος.

Home, Office, DIY



DRUCKFARBEN ΕΛΛΑΣ / KRAFT PAINTS

KRAFT Paints:

Νέες συσκευασίες σειράς χρωμάτων Master **BRONZE**

Το 2015 έγινε επαναλανάρισμα της σειράς KRAFT Master. Η σειρά αποτελείται από τρία υψηλής ποιότητας χρώματα για εσωτερική τοικοποιία, το προϊόν-ναυαρχίδα Master, το αντιμυκητιακό Master Hydrocontrol για κουζίνα και μπάνιο και τα βασικά χρώματα Master Basics, για χρωματισμό λευκών χρωμάτων. Στις νέες συσκευασίες υπάρχει όλη η πληροφόρηση που χρειάζεται να γνωρίζει ο καταναλωτής, δηλαδή το όνομα του προϊόντος, κεντραρισμένο κάτω από το λογότυπο, περιεκτική περιγραφή του, USP (Unique Selling Proposition) τα στοιχεία δηλαδή διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό αναγράφονται στη μπροστά πλευρά, ενώ τα δευτερεύοντα benefits αναγράφονται δεξιά από την περιγραφή του προϊόντος και με μικρότερη γραμματοσειρά. Ως προς το τελικό συνολικό αποτέλεσμα, τα νέα δοχεία αποτελούν σημείο έμπνευσης για τον καταναλωτή (με τη χρήση χρώματος στο μεγαλύτερο μέρος της επιφάνειας των δοχείων) και συνεισφέρουν στη δημιουργία μιας ευχάριστης εμπειρίας. Στην μπροστά πλευρά της συσκευασίας τοποθετήθηκαν κωδικοί QR codes, ώστε ο χρήστης να κατευθύνεται στην αντίστοιχη σελίδα του προϊόντος στην ιστοσελίδα της εταιρείας, με επικαιροποιημένη πάντα πληροφορία. Όλα τα δοχεία της σειράς Master είναι ανακυκλώσιμα.



ΠΡΟΛΑΤ, Μάνος Σιγανός Δημιουργικό Γραφείο

Συσκευασίες χρωμάτων ΠΡΟΛΑΤ **BRONZE**

Αυτές είναι οι συσκευασίες μιας νέας σειράς χρωμάτων τοίχου της εταιρείας ΠΡΟΛΑΤ. Τέσσερις συσκευασίες για τέσσερα χρώματα της ίδιας οικογένειας με διαφορετικές ιδιότητες. Κοινό τους γνώρισμα είναι η άριστη ποιότητα και τα φιλικά προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον χαρακτηριστικά. Το concept χρειαζόταν το στοιχείο που θα συνέδεε το «σπίτι», την «προστασία», τη «φύση» και «τον άνθρωπο» με τις διαφορετικές ιδιότητες των χρωμάτων. Έτσι επιλέχθηκε η σύνδεση συνειρμικά των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών κάποιων ζώων με τις αντίστοιχες ιδιότητες των προϊόντων. Οι ονομασίες που δόθηκαν σε κάθε προϊόν έχουν την πρόθεση «PRO» που προκύπτει από την πρώτη συλλαβή του ονόματος της εταιρείας ΠΡΟΛΑΤ, αλλά και τη συντομογραφία της λέξης «Professional». Το φρέσκο design, η προσεγγισμένη τυπογραφία, οι καθαρές εικόνες και τα απλά στοχευμένα μηνύματα είναι τα στοιχεία που συνθέτουν το τελικό οπτικό αποτέλεσμα των συσκευασιών.



Ενότητα: Non Food

Gifts



ΣΤΥΛ. Σ. ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ

Κατασκευή από χαρτόνι για post-it **BRONZE**

Τι δώρο κάνουμε τώρα; Ξεδιπλώνοντας τη σκέψη του δώρου όλοι κατέληξαν ότι το δώρο έπρεπε να έχει χρηστικότητα, να είναι πρακτικό και αισθητικά διαφοροποιημένο. Έτσι κατέληξαν στην κατασκευή από χαρτόνι για post-it. Το σχεδιαστικό τμήμα εργάστηκε συλλογικά, ώστε να αναδείξει τη δημιουργικότητά του και να αξιοποιήσει, παράλληλα, τις παραγωγικές δυνατότητες της εταιρείας. Το σχήμα της συσκευασίας βασίστηκε σε καθαρά γεωμετρικούς όγκους, κύβος, τραπέζιο και ορθογώνιο παραλληλόγραμμο. Τα σχήματα έχουν στηριχθεί έξυπνα ώστε ο κύβος να περιστρέφεται με ευκολία και το τραπέζιο να αποτελεί μια σταθερή βάση. Η τεχνοτροπία που ακολουθήθηκε ανέδειξε τις παραγωγικές δυνατότητες της εταιρείας πάνω στις εκτυπώσεις UV και στη χρήση ειδικών βερνικιών για τη δημιουργία εκτυπωτικών εφέ. Η κατασκευή ανακυκλώνεται κατά 95%. Ο παραλήπτης ξαναγεμίζει με post-it το κουτί όσες φορές χρειαστεί, δίχως να επηρεαστεί η ακεραιότητά του. Η μακέτα επιλέχθηκε με σκοπό να επισημάνει την ικανότητα της εταιρείας να ανταποκρίνεται σε όλο το φάσμα των εργασιών που εμπλέκονται σε μια ολοκληρωμένη εφαρμογή.

Ενότητα: Drinks

Alcohol



Συντελεστές
Πελάτης: Domaine Monsieur Nicolas / Γιώργος Καραμήτρος
Branding & Design Concept:
The BrandHouse / Κατερίνα Τσενεμπή - Brand Strategist,
Νίκος Βλαχογιάννης - Creative Director,
Ανδρέας Μπούκας Graphic & Package Designer
Bottle Production: Style Ltd.
Gift Pack Production: Kefallonitis S.A.
Product Shooting: Ampoo

The BrandHouse

Rebranding and original design for MESSENICOLA Red Dry Wine **GOLD**

Το rebranding του “Μεσσηνικόλα” του Οινοποιείου Domaine Monsieur Nicolas του Γιώργου Καραμήτρος, ενός ΠΟΠ κρασιού με δεκάδες βραβεία σε ελληνικούς και διεθνείς διαγωνισμούς, είχε στόχο να αναδείξει την ποιότητα και τη μοναδικότητα της τοπικής ποικιλίας Μαύρο Μεσσηνικόλα και του ομώνυμου κρασιού και να τοποθετηθεί ανταγωνιστικά στην ελληνική και διεθνή αγορά. Το χτίσιμο της νέας εικόνας, βρίσκει εφαρμογή στον επανασχεδιασμό της συσκευασίας του, την έντυπη και ψηφιακή παρουσία του, στο προωθητικό υλικό για B2B και B2C κοινό. Οι κώδικες που χρησιμοποιήθηκαν είναι ο μινιμαλισμός στον επανασχεδιασμό του λογοτύπου του ονόματος, η καινοτομία στον πρωτότυπο σχεδιασμό της τετράγωνης φιάλης, η γεωμετρική προσέγγιση μέσω του συμβόλου του ρόμβου, η ιστορική διάσταση μέσω του μεσαιωνικού ποτηριού, η μυσταγωγική διάσταση της απόλαυσης αυτού του ώριμου και μεστόυ κρασιού μέσω της διχρωμίας του μαύρου και του κόκκινου και η διάχυτη πολυτέλεια σε όλα τα υλικά.



Σχεδιασμός: Yonas Design
Πελάτης: ΨΗΜΙΤΗ
Εκτύπωση: Forlabels

Yonas Design - ΨΗΜΙΤΗ - Forlabels S.A.

Gogreek "the collectibles" -

ouzo miniature collections

GOLD

Μία μοναδική μεταμόρφωση του παραδοσιακά διάφανου μπουκαλιού μινιατούρας ούζου! Ζευγάρια που φορούν παραδοσιακές φορεσιές και οι δώδεκα θεοί του Ολύμπου παρουσιάζονται με μια μοντέρνα σχεδιαστική προσέγγιση. Οι δύο συλλογές παραδοσιακών φορεσιών από όλη την Ελλάδα και η συλλογή των Ολύμπιων Θεών σχεδιάστηκαν για την "gogreek". Το ζητούμενο ήταν ο σχεδιασμός μίας σειράς τουριστικών προϊόντων που να εκπέμπουν ελληνικότητα, αποφεύγοντας τις τετριμμένες λύσεις και τις χαμηλής ποιότητας εικόνες. Επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί το παραδοσιακό μπουκαλάκι μινιατούρα ούζου και να σχεδιασθεί μία μοναδική «ετικέτα» για να ξεχωρίσει. Το ούζο είναι συνδεδεμένο με την Ελλάδα, την κουλτούρα και την παραγωγή της. Το μπουκαλάκι μινιατούρα έχει ιδανικό μέγεθος και κόστος για την τουριστική αγορά, καθώς μεταφέρεται εύκολα σε ταξίδι και αποτελεί κομψή και όμορφη λύση δώρου. Για να αξιοποιηθεί όλο το διαθέσιμο εμβαδόν του μπουκαλιού, χρησιμοποιήθηκε η καινοτόμος τεχνολογία shrink sleeve κι έτσι το «ντύσιμό» του και η μεταμόρφωσή του σε ανθρωπάκι, το καθιστά μοναδικό.



Οίκος Μεταξά

METAXA ANGELS' Treasure

Το δώρο των Αγγέλων

GOLD

Η συσκευασία του METAXA ANGELS' Treasure αντικατοπτρίζει την εξαιρετική τέχνη που βρίσκεται πίσω από τη δημιουργία του σπάνιου αυτού θησαυρού από τα κελάρια του Οίκου Μεταξά. Η περίτεχνη φιάλη θυμίζει της καμπύλες των φτερών ενός αγγέλου* και είναι φτιαγμένη από γυαλί εξαιρετικής διαύγειας που επιτρέπει στο πολύτιμο υγρό να αποκαλύψει το βαθύ κεκριμπαρένιο χρώμα του με τις χάλκινες ανταύγειες. Η απλή και κομψή φιάλη φέρει στις πλάγιες πλευρές ανάγλυφη υπογραφή του οίκου Μεταξά και είναι διακοσμημένη στην εμπρόσθια πλευρά της με χρυσή εκτύπωση πολύτιμων μετάλλων. Το σπάνιο περιεχόμενο σφραγίζεται με ένα μοναδικό πώμα φυσικού φελλού που στη διάφανη κορυφή του, αποτέλεσμα τριπλής έγχυσης, φαίνεται σαν να κλείνει μέσα του μια σταγόνα από το πολύτιμο υγρό που «χάνεται» κατά τη διάρκεια της μακρόχρονης παλαιώσης. Το σκούρο καφέ, κομψό κουτί, με την απαλή υφή αναδεικνύει την όμορφη φιάλη και έχει σχεδιαστεί ώστε να μπορεί να χρησιμεύει ως display στα σημεία πώλησης χάρη στη μαγνητική του στήριξη. Κυκλοφορεί σε Ελλάδα και Ευρώπη από τον Απρίλιο του 2016.

* Στη διάρκεια της παλαιώσης σε δρύινα βαρέλια, η εξάτμιση του οινοπνεύματος είναι το γνωστό φαινόμενο που ονομάζεται «Μερίδιο των Αγγέλων»

Ενότητα: Drinks

Alcohol



Susami Creative Agency / 4 Wise Monkeys

Cutty Sark Urban Adventures Limited

Edition Sleeve

SILVER

Κυρίαρχο ζητούμενο για το λανσάρισμα της συσκευασίας ήταν η εγκαθίδρυση μιας έντονης παρουσίας της μάρκας στα σημεία πωλήσεων και το χτίσιμο της εικόνας του Cutty Sark ως ένα μοντέρνο, φρέσκο, νεανικό brand. Το Urban Look & Feel είναι βασικό χαρακτηριστικό του εικαστικού. Για την οπτικοποίηση του αστικού στοιχείου χρησιμοποιήθηκαν γνωστά κτίρια της Αθήνας, βιομηχανικές μονάδες, περίπτερα, παγκάκια, κάγκελα, φωτεινοί σηματοδότες κ.λπ. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, μπορεί κανείς να ανακαλύψει μια σειρά από αντικείμενα που επικοινωνούν τις νεανικές κουλτούρες, με κυρίαρχα τα retro / vintage elements. Σε κεντρικό σημείο κάτω από την τυπογραφία μπορεί κανείς να δει ένα γραμμόφωνο, ενώ ψάχνοντας λίγο περισσότερο ο θεατής ανακαλύπτει μουσικά όργανα, ποδήλατα, μηχανές Vespa, μικρόφωνα, spray και άλλα αντικείμενα που υποδηλώνουν έμμεσα τα Youth Cultures. Η τυπογραφική προσέγγιση έχει επίσης σαφείς αναφορές στο retro κόσμο. Το hashtag #Cuttyραίζει επικοινωνείται από ένα πανί κρεμασμένο από την ουρά ενός αεροπλάνου. Ο τίτλος Urban Adventures έχει μια vintage χροιά, διατηρώντας ωστόσο μια σύγχρονη αισθητική.

Supermarket Own Label Pack



MART Cash & Carry

Νέο Private Label - Τσίπουρο ΑΡΜΕΝΙΣΤΗΣ

SILVER

Η επωνυμία του προϊόντος δεν παραπέμπει σε προϊόν ιδιωτικής ετικέτας. Κυκλοφορεί σε 2 γεύσεις, μία με την προσθήκη γλυκάνισου και μία χωρίς. Ο μίνιμαλ σχεδιασμός της ετικέτας έχει ως στόχο να ενώσει την ιστορικότητα ενός «παραδοσιακού» προϊόντος με το «νεανικό» και «μοντέρνο» κοινό του. Στόχος είναι να συνδεθεί η ιστορία και υποσυνείδητα να ενώσει τον «μεγαλύτερο» με τον «νεότερο» ηλικιακά. Η χρήση του φελλού συνδέει ένα «παραδοσιακό» τρόπο σφραγίσματος προϊόντων με τη «μοντέρνα» προσέγγιση στην παρουσίασή του, μέσω των χρωμάτων της ετικέτας. Το εικαστικό και το πρωτότυπο όνομα εκφράζουν έντονα το ελληνικό στοιχείο, στο οποίο κυριαρχεί η θάλασσα. Στην ετικέτα για το τσίπουρο με γλυκάνισο, έχει επιλεγεί το κόκκινο χρώμα, το οποίο είναι πιο θερμό και πιο έντονο για να τονίσει την έντονη γεύση με την προσθήκη γλυκάνισου. Το πράσινο χρώμα έχει επιλεγεί για το τσίπουρο χωρίς γλυκάνισο και τονίζει τη φυσικότητα του προϊόντος. Η ετικέτα είναι διαφανής για να φαίνεται η αγνότητα και η καθαρότητά του.

Διαμαντής Μασούτης

Χυμοί "Μασούτης από τον τόπο μας"

BRONZE

Η σειρά προϊόντων «Από Τον Τόπο Μας», που διατίθεται αποκλειστικά από τα super market Μασούτης, αποτελεί την πιο πιστή ποιοτικά αποτύπωση του γευστικού χάρτη της πατρίδας μας, από τη Χρυσούπολη και τη Γουμένισσα ως τη Λάρισα και την Πελοπόννησο. Επιλέγοντας προσεκτικά τόσο την γκάμα των προϊόντων όσο και τους συνεργαζόμενους παραγωγούς, δημιουργήθηκε μια οικογένεια προϊόντων που διαρκώς μεγαλώνει. Κριτήρια για την ένταξη στην ομπρέλα του συγκεκριμένου ονόματος δεν είναι μόνο η προέλευση, αλλά και η ποιότητα, η γεύση και η ταύτιση με τον παραδοσιακό χαρακτήρα τον οποίο μπορεί να έχει το προϊόν με την τοποθεσία. Όλα τα παραπάνω υπήρξαν η βάση για τον επανασχεδιασμό των συσκευασιών της σειράς, τον οποίο ανέλαβε η διαφημιστική εταιρεία της Θεσσαλονίκης Fotone. Η ευρεία γκάμα της σειράς απαιτούσε τη χρήση εικαστικών και σχεδιαστικών στοιχείων τα οποία θα έπρεπε να είναι ταυτόχρονα χαρακτηριστικά αλλά και αρκετά ευέλικτα για να μπορούν να εφαρμόζονται στη συσκευασία κάθε προϊόντος.

MART Cash & Carry

Νέο Private Label - Ούζο ΑΡΜΕΝΙΣΤΗΣ

BRONZE

Ο σχεδιασμός της ετικέτας έχει ως στόχο να ενώσει την ιστορικότητα ενός «παραδοσιακού» προϊόντος με το «νεανικό» και «μοντέρνο» κοινό του. Στόχος είναι υποσυνείδητα να ενώσει τον «μεγαλύτερο» με τον «νεότερο» ηλικιακά. Η χρήση του φελλού συνδέει ένα «παραδοσιακό» τρόπο σφραγίσματος προϊόντων με τη «μοντέρνα» προσέγγιση στην παρουσίασή του, μέσω των χρωμάτων της ετικέτας του μπουκαλιού.

Το εικαστικό και το πρωτότυπο όνομα εκφράζουν έντονα το ελληνικό στοιχείο, στο οποίο κυριαρχεί η θάλασσα. Στην ετικέτα του, τα ελληνικά χρώματα και τα vectors έχουν άμεση σύνδεση με τη ναυτική ορολογία που χαρακτηρίζει την έννοια του «αρμενίζω» στις ελληνικές θάλασσες. Διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό λόγω της εικαστικής του προσέγγισης καθώς συνδυάζει το «παραδοσιακό», μιας και το ούζο θεωρείται από τα πιο αρχέγονα ποτά της ελληνικής ιστορίας, με το «μοντέρνο» και τη νέα τάση κατανάλωσης τόσο σε χώρους μαζικής εστίασης όσο και σε ιδιωτικές στιγμές. Η συσκευασία, το λογότυπο όπως και η επωνυμία του προϊόντος καθιστούν το προϊόν εύκολο στην προώθησή του.



Ενότητα: Pharmaceutical & Medical



ΕΜΒΙΟΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΗ - KM creative

Συσκευασία συλλέκτη δείγματος

GENOSOPHY

GOLD

GENOSOPHY (discover yourself) ονομάζεται η υπηρεσία προδιαθεσικής Γονιδιωματικής της εταιρείας Εμβιοδιαγνωστική με έδρα την Ελλάδα. Στόχος της εταιρείας είναι η βελτίωση της υγείας μέσω αξιοποίησης των πιο πρόσφατων γνώσεων και τεχνολογικών εξελίξεων στα θέματα γονιδιακών διαφορών και επιγενετικών τροποποιήσεων. Η εξέταση πραγματοποιείται και από το ίδιο το άτομο με τη χρήση ενός συλλέκτη λήψης δείγματος επιθηλιακών κυττάρων. Έπρεπε, λοιπόν, να σχεδιαστεί μια συσκευασία του κάθε συλλέκτη ξεχωριστά. Επιπλέον ήταν εξίσου σημαντική η δημιουργία ενός πακέτου προβολής και προώθησης 10 συσκευασιών, το οποίο θα φιλοξενηθεί σε χώρους αναμονής και σε γραφεία επιστημόνων υγείας. Η συσκευασία του συλλέκτη που σχεδιάστηκε λειτουργεί αυτόνομα παρέχοντας όλες τις πληροφορίες με τη βοήθεια των οδηγιών στο εσωτερικό. Χαρακτηρίζεται από την απλότητα και τη φυσικότητα των σχημάτων. Παρουσιάζει ευκολία στο άνοιγμα, λήψη δείγματος, επανατοποθέτηση και κλείσιμο. Το τελικό αποτέλεσμα είναι υψηλής αισθητικής, παραπέμπει στη γενετική, την επιστήμη και την καινοτομία. Όλες οι εργασίες μελέτης και σχεδιασμού επιμελήθηκαν από την km creative.

TNT Greece

Συσκευασία - TNT Medpak Thermo -

Special Services

SILVER

Η ολλανδική εταιρεία TNT, είναι η πρώτη εταιρεία ταχυμεταφορών στην Ευρώπη, με το μεγαλύτερο ευρωπαϊκό δίκτυο και μια από τις μεγαλύτερες στον κόσμο. Η TNT Ελλάδος δραστηριοποιείται στη χώρα από το 1989, με ένα πλήρως οργανωμένο δίκτυο αντιπροσώπων σε όλη την Ελλάδα. Η εταιρεία διαθέτει εκτενή εμπειρία στη μεταφορά βιολογικών υλικών, δεδομένου ότι επί σειρά ετών υλοποιεί έργα σε Ελλάδα και εξωτερικό. Η συσκευασία Thermo που χρησιμοποιεί έχει τη δυνατότητα διατήρησης του προϊόντος είτε σε συνθήκες 2-8°C είτε σε 15-25°C και διατίθεται σε 3 διαφορετικά μεγέθη, προκειμένου να καλύψουν όλες τις ανάγκες μεταφοράς για την εξασφάλιση της διατήρησης της «αλυσίδας ψύξης». Κατασκευάζονται από αναγνωρισμένους ευρωπαϊκούς οίκους με εξειδίκευση στον σχεδιασμό και παραγωγή συσκευασιών για φαρμακευτικά / ιατροτεχνολογικά προϊόντα και βιολογικό υλικό. Η εταιρεία είναι υπερήφανη γι' αυτή τη συσκευασία, καθώς συνδυάζει την ασφαλή μεταφορά βιολογικών υλικών και λοιπών ευαίσθητων προϊόντων, με την ευκολία στη χρήση και τη μεταφορά, το σεβασμό στο περιβάλλον με την άκρως ανταγωνιστική τιμή.

Mylan

PEPA project (Pan European Packaging Alignment) -

Καινοτόμα Συσκευασία Φαρμακευτικών Ιδιοσκευασμάτων **BRONZE**



Η συσκευασία του φαρμακευτικού προϊόντος είναι ένα κύριο όχημα που διασφαλίζει κύριους παράγοντες, όπως την ορθή λήψη του φαρμάκου από τον ασθενή, τη συμμόρφωση στη θεραπεία, τη συνέχιση και ολοκλήρωση της θεραπείας για το απαιτούμενο διάστημα που ορίζεται από τον θεράποντα ιατρό και την ορθή διάθεση του φαρμάκου από τον φαρμακοποιό. Η καινοτόμα συσκευασία φαρμακευτικών ιδιοσκευασμάτων της εταιρείας Mylan πετυχαίνει όλα τα παραπάνω. Φέρει ευδιάκριτες γραμματοσειρές μειώνοντας τις πιθανότητες λάθους και συμπεριλαμβάνει πικτογράμματα (πρωί / μεσημέρι / βράδυ, πριν / κατά τη διάρκεια / μετά το φαγητό) που διευκολύνουν τη διατύπωση οδηγιών από το φαρμακοποιό στον ασθενή. Ο ασθενής λαμβάνει απλή, λεπτομερή, αλλά και ολοκληρωμένη καθοδήγηση με στόχο τη συνολική του συμμόρφωση στη θεραπεία. Στόχος της Mylan είναι η ασφάλεια των ασθενών και η υποστήριξη των επαγγελματιών υγείας (Ιατροί και Φαρμακοποιοί). Η στρατηγική που συνάδει με τον ανωτέρω στόχο συνδέεται με την αναγνωρισιμότητα των συσκευασιών των φαρμάκων πανευρωπαϊκά από όλους τους Stake Holders μέσω της ενοποιημένης εικόνας της Mylan.

TNT Greece

Συσκευασία - TNT Medpak Frozen - Special Services **BRONZE**



Η ολλανδική εταιρεία ταχυμεταφορών TNT, είναι ένα δίκτυο αφοσιωμένων ανθρώπων παγκοσμίως που βοηθούν τους πελάτες να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. Η TNT Ελλάδος διαθέτει 6 υποκαταστήματα, με ένα πλήρως οργανωμένο δίκτυο αντιπροσώπων.

Έχει εκτενή εμπειρία στη μεταφορά βιολογικών υλικών, δεδομένου ότι επί σειρά ετών υλοποιεί έργα σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Η συσκευασία Medpak Frozen έχει τη δυνατότητα διατήρησης του προϊόντος σε συνθήκες ψύξης σε συνδυασμό με τη χρήση ξηρού πάγου. Η συσκευασία διατίθεται σε 3 μεγέθη και είναι κατάλληλη για τη μεταφορά έως 72 ώρες, ενώ είναι σύμφωνη με τους κανονισμούς της IATA για αεροπορική μεταφορά.

Τα εξωτερικά διακριτικά της συσκευασίας προειδοποιούν για μεταφορά σε ξηρό πάγο και κάνουν εύκολο τον εντοπισμό της συσκευασίας κατά τη μεταφορά. Έχει τη δυνατότητα επανειλημμένης χρήσης χωρίς ιδιαίτερες αλλοιώσεις και αποτελείται από ανακυκλώσιμα και διασπώμενα υλικά.

Δεν απαιτείται όχημα ελεγχόμενης θερμοκρασίας για τη μεταφορά της με αποτέλεσμα το μειωμένο κόστος διαχείρισης για την εταιρεία. Είναι πιστοποιημένη για τη μεταφορά UN3373 και UN 1845 από διεθνείς φορείς.

Ενότητα: Tags & Labels



Abc Design communication

Νέα συσκευασία Tooth Paste **GOLD**

Η γνωστή εταιρεία Frezyderm, σχεδίασε μια ακόμη οδοντιατρική σειρά (μετά την παιδική), αυτή τη φορά για ενήλικες με εξειδικευμένες λύσεις για τα προβλήματα της στοματικής υγείας. Για να καταφέρει η σειρά να καθιερωθεί στον χώρο των ιατρών και φαρμακοποιών, δεν χρειάζεται μόνο νεότερης τεχνολογίας δραστικά συστατικά, αλλά και μία συσκευασία που να προσφέρει μεγαλύτερη προστασία του περιεχομένου από τον ατμοσφαιρικό αέρα. Το είδος του πλαστικού καθώς και ο συνολικός σχεδιασμός του διατηρεί τα ίδια ποιοτικά χαρακτηριστικά του περιεχομένου σε όλη τη διάρκεια χρήσης του. Ο περιέκτης λόγω του πρωτοποριακού σχεδιασμού, περιέχει ένα απλό μηχανισμό υπό πίεση, που με το πάτημα του πουά, επιτρέπει τη χρήση όλου του περιεχομένου χωρίς φύρα στα τοιχώματά του, ενώ ένας δείκτης ενημερώνει τον καταναλωτή για το τέλος του προϊόντος. Η λέξη Toothpaste που χρησιμοποιήθηκε σε όλη τη σειρά, η ομαδοποίηση των προϊόντων που απευθύνονται στην ίδια πάθηση με διαφορετικό χρώμα για κάθε ομάδα και τα ευανάγνωστα γράμματα διαφοροποίησαν τη συσκευασία από τον ανταγωνισμό, δημιουργώντας ένα προϊόν Tailor Made για τον χώρο του φαρμακείου.

Yonas Design - Forlabels

Forlabels "sea world" - promotional packaging **SILVER**



Σχεδιασμός: Yonas Design
Πελάτης: Forlabels
Εκτύπωση: Forlabels

Ζητήθηκε από την Forlabels να σχεδιαστούν δείγματα συσκευασιών με σκοπό να παρουσιάσει στα τμήματα μάρκετινγκ των πελατών του, τη δυνατότητα που έχει για παραγωγή και εκτύπωση μεταβλητών δεδομένων στη συσκευασία σειράς προϊόντων. Η τεχνολογία αυτή δίνει τη δυνατότητα σε ένα προϊόν να επικοινωνήσει, μέσα από τη συσκευασία του, πιο προσωπικά με τους καταναλωτές του ή με ομάδες καταναλωτών. Η Yonas Design κατέληξε στη μινιατούρα του ούζου, η οποία σε συνδυασμό με την τεχνολογία του shrink sleeve που έχει αναπτύξει η Forlabels μπορούσε να αποτελέσει το ιδανικό προϊόν για την προώθηση των εφαρμογών που προσφέρει. Κεντρική ιδέα ήταν να αποτυπωθούν διάφοροι χαρακτήρες που συναντάμε καθημερινά στο εργασιακό και ευρύτερο περιβάλλον με ευχάριστο και ανατρεπτικό τρόπο. Στις παροιμίες και στο λαϊκό τραγούδι υπάρχει παραλληλισμός ανθρώπινων χαρακτήρων και συμπεριφορών με τον θαλάσσιο κόσμο και το ούζακι γίνεται το καταλληλότερο μέσο. Στο κάθε μπουκαλάκι αποτυπώθηκε ένας θαλασσινός χαρακτήρας με το σχετικό του δίστιχο. Κάθε φορά που η Forlabels έκανε παρουσίαση, στο τέλος, κάθε στέλεχος που την είχε παρακολουθήσει έπαιρνε δώρο το μπουκαλάκι που αντιστοιχούσε στη θέση του ή τον χαρακτήρα του!



Σχεδιασμός: Yonas Design
Πελάτης: Forlabels
Εκτύπωση: Forlabels

Yonas Design - Forlabels

Real wood, ξύλινη ετικέτα **BRONZE**

Στόχος ήταν η προώθηση ενός νέου υλικού εκτύπωσης, της αυτοκόλλητης ετικέτας από αληθινό ξύλο που μπορεί να δώσει προστιθέμενη αξία στα προϊόντα. Επιλέχθηκε ένα τυπικό προϊόν, το ελαιόλαδο, συσκευασμένο στο πιο κοινό μπουκάλι, ακριβώς για να φανεί ότι προστιθέμενη αξία μπορεί να δοθεί χωρίς να αλλάξουν τα δεδομένα στη γραμμή παραγωγής του όποιου προϊόντος. Δημιουργικά, αξιοποιήθηκε η έννοια του ξύλου και δόθηκαν μηνύματα και εικόνες που περιστρέφονται γύρω από αυτό. Σχεδιάστηκε μια σειρά από ετικέτες με θέματα τον Πινόκιο, τα ξύλινα παιχνίδια, τα ξυλόγλυπτα, τον ξύλινο λόγο και άλλα. Το αποτέλεσμα, μια σειρά ετικετών που εκμεταλλεύεται την έννοια του ξύλου, δείχνει όλες τις τεχνικές δυνατότητες της εκτύπωσης πάνω στο υλικό αυτό που είναι «ζωντανό» και με την πάροδο του χρόνου μεταβάλλεται το χρώμα του χωρίς να αλλοιώνονται τα χρώματα της εκτύπωσης.

Ενότητα: Secondary & Tertiary Packaging

Service Packaging



Red Design Consultants

Τατόι Club / Roka Restaurant's Table

Olive Oil Bottle **GOLD**

Το Τατόι Club είναι το μοναδικό exclusive country club στην Ελλάδα, που προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες ψυχαγωγίας, άσκησης και αναψυχής προάγοντας την αξία του ευ ζην, στη Βαρυπόμψη. Η Red design consultants σχεδίασε το σύνολο της ταυτότητας του Τατόι Club και των εφαρμογών της. Ο σχεδιασμός είναι λιτός και σύγχρονος, όπως αρμόζει σε ένα μοναδικό χώρο διεθνών προδιαγραφών και αποπνέει κύρος και οπτική καθαρότητα, εκφράζοντας τις βασικές αξίες του Club. Η ταυτότητα είναι αρμονικά ενταγμένη στο προσεγμένο φυσικό περιβάλλον του Club, συντελώντας με τη διακριτικότητα των εφαρμογών της στη συνολική εμπειρία για τα Μέλη και τους προσκεκλημένους τους. Στο πλαίσιο αυτής της ταυτότητας, δημιουργήθηκε και το μπουκάλι ελαιολάδου για το εστιατόριο Roka. Περιέχει εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και προσφέρεται στα Μέλη για να συμπληρώσουν στο φαγητό τους. Η Red design consultants μελέτησε την πρωτότυπη χειροποίητη φιάλη, σε συνεργασία με τη γνωστή Ελληνίδα κεραμίστρια Αντωνία Λεκατσά και δημιούργησε το σύνολο των διαφορετικών εικαστικών.

Ενότητα: Secondary & Tertiary Packaging

Display - Promotional Packaging - Point of Sale



PAPERPACK

Promo Auto Stand SILVER

Το Promo Auto Stand είναι αυτόματο προωθητικό αναδιπλούμενο stand που χρησιμοποιείται ως μέσο προβολής, επικοινωνίας και τοποθέτησης προϊόντων στα σημεία πώλησης. Σχεδιάστηκε κατόπιν αναγκών της αγοράς για ένα εύχρηστο, επικοινωνιακό προωθητικό υλικό με μεγάλη εκτυπωτική επιφάνεια και ευκολία στην τοποθέτηση, φύλαξη και μεταφορά. Επίσης σχεδιαστικός στόχος, ο οποίος επετεύχθη, ήταν να μπορεί να τοποθετηθεί στο σημείο πώλησης πάνω από μία φορά, χωρίς να φθείρεται, και να είναι απολύτως σταθερό παρόλη την ελαφριά του κατασκευή. Τέλος, ακόμα ένας βασικός λόγος για τη σχεδίασή του ήταν ότι δεν υπήρχε αυτόματη κολώνα ελληνικής κατασκευής και οι πελάτες που ήθελαν να προμηθευτούν κάτι αντίστοιχο, έπρεπε να το παραγγείλουν στο εξωτερικό και να επιβαρυνθούν με ακριβή τιμή. Το stand διαμορφώνεται στην τελική του μορφή σε λιγότερο από 3 δευτερόλεπτα και αυτό το καθιστά εύελικτο στη χρήση. Για τον λόγο αυτό κατοχυρώθηκε το βιομηχανικό του σχέδιο με το αντίστοιχο πιστοποιητικό από τον ΟΒΙ (No. 001228084). Έχει χρόνο παράδοσης 10 ημέρες και είναι 100% ανακυκλώσιμο.



Pressious Arvanitidis & Interamerican Η υπηρεσία "Οδική βοήθεια Anytime" γίνεται προϊόν και τοποθετείται σε σημεία λιανικής πώλησης BRONZE

Η πρόκληση για την Interamerican ήταν η δημιουργία και η διάθεση μίας ασφαλιστικής υπηρεσίας της μέσω του δικτύου καταστημάτων super market της Carrefour με τα οποία συνεργάζεται. Πρόκειται για μία καινοτομική ιδέα, καθώς για πρώτη φορά στην Ελλάδα, μία εταιρεία ήθελε να τοποθετήσει στο ράφι μία υπηρεσία της (όχι απλά προωθητικό υλικό) και να συσκευαστεί ένα άυλο προϊόν. Η υπηρεσία που επρόκειτο να ... συσκευαστεί ήταν η ασφαλιστική υπηρεσία Οδικής Ασφάλειας Anytime της Interamerican. Στόχος της ήταν η τοποθέτηση σε 50-60 διαφορετικά σημεία πώλησης 10.000 ασφαλιστικών προϊόντων -τα οποία θα τοποθετούνται σε 200 διαφορετικά σημεία του καταστήματος. Ο στόχος επετεύχθη με το stand προβολής που σχεδιάστηκε από την Pressious Arvanitidis σε συνεργασία με διαφημιστική εταιρεία. Για την κατασκευή του χρησιμοποιήθηκαν υλικά απολύτως ανακυκλωμένα (χαρτιά welle & superfine). Ακόμη και τα γαντζάκια όπου κρεμάστηκε η συσκευασία του προϊόντος ήταν κατασκευασμένα από ανακυκλωμένο PVC. Το stand παραδόθηκε flat στα σημεία πώλησης, κι έτσι εξοικονομήθηκε χώρος και μειώθηκαν οι πιθανότητες καταστροφής κατά τη μεταφορά.

Marketing

ADVERTISING | MARKETING

Advertising
Efficiency



www.marketingweek.gr



Όλη η ύλη του Marketing Week... χωρίς ημερομηνία λήξης

Official Publications



Με τη Συνεργασία του



Με την Τιμητική Υποστήριξη



Υποστηρικτές



Χορηγοί Επικοινωνίας



AWARDS '16 **Packaging** INNOVATION

www.packagingawards.gr

Συγχαρητήρια!

2YOLK
Abc Design communication
dolphins // communication design
DRUCKFARBEN ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ / KRAFT PAINTS
FRAGOS S.A
MAGNET
ManosPack s.a.
MART Cash & Carry S.A.
Mylan
PAPERPACK
PAPERPACK & ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΔΟΝΟΣ
PressiousArvanitidis & Interamerican
Red Design Consultants
Susami Creative Agency / 4 Wise Monkeys
Tetra Pak & Όλυμπος
The BrandHouse
TNT Greece
Yonas Design - ΨΗΜΙΤΗ Α.Ε. - Forlabels S.A.
Α. Χατζόπουλος Α.Ε.
Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.
ΕΜΒΙΟΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΗ - KM creative
ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.
Μύλοι Αγίου Γεωργίου- Μύλοι Λούλη
Οίκος Μεταξά
ΠΡΟΛΑΤ, ΜΑΝΟΣ ΣΙΓΑΝΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ
Σ.Α. ΒΑΪΡΑΜΟΓΛΟΥ Α.Β.Ε.Ε.
ΣΤΥΛ Σ.ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ ΑΒΕΕ

Παρακολουθήστε την τελετή απονομής σε ζωντανή μετάδοση στο www.packagingawards.gr



boussias | communications



200ml

ΜΕ ΤΗΝ ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΟΛΥΜΠΟΣ

εύκολο
άνοιγμα

καινοτόμος
συσκευασία

προστασία
Tetra Pak®

