

Official Publications

**Marketing
Week**

σελφ
σέρβις



Plant

Με τη Συνεργασία του



Με την Τιμητική Υποστήριξη



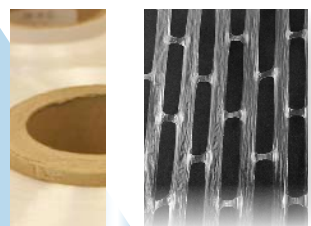
AWARDS '17 **Packaging** INNOVATION technology • marketing • user experience

www.packagingawards.gr



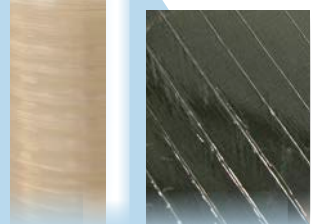
When innovation easily bridges the everyday approach

MEGAPLAST is a pioneer producer & exporter of perforated & reinforced stretch films in the area of best innovative packaging solutions. The company established in 1995 in Greece and supplies markets through its subsidiaries and offices in Europe & USA and a wide range of distributors worldwide. For over 20 successful years MEGAPLAST is constantly striving for excellence to ensure customer satisfaction and build strong customer and vendor relationships with respect to the social, ethical & environmental requirements.



AirFilm®

Perforated stretch film:
Reinforced stretch film with perforation. Perfect with products that are heated, chilled, breathable, wet and fumigated.



FIBER FILM

Reinforced stretch film:
A unique high-efficiency stretch film with reinforcement elements (fibers) that increase Tear Resistance.

MEGAPLAST

Industrial Area, Road A/D,
P.O. BOX 1252, 71001
Heraklion, Crete, Greece
Telephone: +30 2810 381412
Email: sales@megaplast.gr

Athens Office: 38, Vassileos
Konstantinou Ave., 194 00
Koropi, Attica, Greece
Telephone: +30 210 8900081
Email: info@megaplast.gr

www.megaplast.gr

Greece - UK - Germany - Italy - Spain - France - USA

AWARDS '17
Packaging
INNOVATION

Περιεχόμενα

Σελ. 4 Editorial από τον Δρ. Αντώνη Καναβούρα,
Πρόεδρο της Κριτικής Επιτροπής των Packaging
Innovation Awards 2017

Σελ. 6 Editorial από τον Δημήτριο Μαντή,
Πρόεδρο του Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής
Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ.)

Σελ. 10 Η Βιομηχανία Συσκευασίας σε αριθμούς

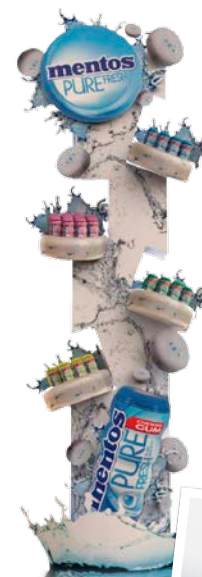
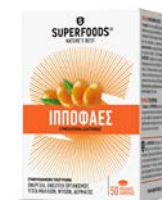
Σελ. 12 Παρουσίαση των Packaging Innovation Awards 2017

Σελ. 14 Τιμητικά βραβεία

Σελ. 16 Κριτική Επιτροπή

Σελ. 17 Πίνακας νικητών

Σελ. 18 Νικητές ανά κατηγορία



EDITORIAL



Δρ. Αντώνης Καναβούρας

Τα Packaging Innovation Awards 2017, που διοργανώθηκαν από την έκδοση Plant της Boussias Communications σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας, ήρθαν 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 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. Ταυτόχρονα, επιτυγχάνουν την ενημέρωση των ενδιαφερόμενων σχετικά με τεχνολογίες ή υλικά που χρησιμοποιήθηκαν, επιδεικνύοντας τη συμβολή της συσκευασίας στο marketing των προϊόντων και την επιτυχία τους στην αγορά. Για τη βράβευσή τους είχαν τη δυνατότητα να δηλώσουν υποψηφιότητα όλες οι επιχειρήσεις που παράγουν, εισάγουν ή διακινούν προϊόντα, βιομηχανίες παραγωγής υλικών και συσκευασίας, επιχειρήσεις εστίασης με διανομή, δημιουργικά γραφεία, designers, επιχειρήσεις εκτύπωσης κάθε είδους συσκευασίας και display stands κ.ά., που έχουν να παρουσιάσουν βέλτιστες και καινοτόμες πρακτικές Συσκευασίας.

Επιπρόσθετα, στους νικητές των Packaging Innovation Awards 2017 δόθηκε 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).

Οι συμμετέχοντες, με τα έργα τους, κατέδειξαν ότι η συσκευασία είναι ένα πανίσχυρο όπλο στα χέρια του επιχειρηματία που:

- περιέχει και προστατεύει το προϊόν
- προεκκλείει τον καταναλωτή και
- τον καθοδηγεί για την ορθή χρήση του περιεχόμενου προϊόντος.

Μεγάλες και δυναμικές εταιρείες της χώρας αγκάλιασαν τα Packaging Innovation Awards 2017 και υπέβαλαν περισσότερες από 105 υποψηφιότητες, που ξεπέρασε κατά 18% την προηγούμενη διοργάνωση, ενώ έλαβαν μέρος και διεκδίκησαν διακρίσεις οι δυναμικότερες επιχειρήσεις της ελληνικής αγοράς και γνωστά, μεγάλα brands.

Οι υποψηφιότητες αυτές αξιολογήθηκαν από μια ανεξάρτητη κριτική επιτροπή εμπειρογνομώνων με κριτήριο το επαγγελματικό και επιστημονικό τους υπόβαθρο, καθώς και την εμπειρία και εξειδίκευσή τους σε συνάφεια με το αντικείμενο των βραβείων στη συσκευασία.

Η αξιολόγηση έγινε σε απόλυτη κλίμακα και όχι συγκριτικά. Ανάλογα με τη μέση βαθμολογία που συγκέντρωσε η κάθε υποψηφιότητα, της απονεμήθηκε βραβείο gold, silver ή bronze. Γι' αυτό, άλλωστε, υπάρχουν κατηγορίες στις οποίες υπάρχουν, για παράδειγμα, δύο silver και κανένα gold βραβείο ή ένα gold και ένα bronze.

Ο αριθμός των συμμετοχών μας χαροποίησε ιδιαίτερα, γιατί σημαίνει ότι ο θεσμός των Packaging Innovation Awards 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 πρόθυμες να θέσουν τις σχετικές τους δράσεις και πρωτοβουλίες στην κρίση και την αξιολόγησή τους από αυτόν τον θεσμό.

Ο θεσμός αυτός ενισχύει την ευγενή άμιλλα μεταξύ των επιχειρήσεων και αποτελεί σημαντικό αρωγό των νικητών στην προβολή, προώθηση και αξιοποίηση των προσπαθειών τους για τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων τους.

Δρ. Αντώνης Καναβούρας

Πρόεδρος Κριτικής Επιτροπής

boussias | communications

Εκδότης: Μιχάλης Μπούσιος

Διεύθυνση Σύνταξης: Κατερίνα Δρόσου, E: kdrossou@boussias.com, T: 210-6617777 (εσωτ. 261)

Αρχισυντάκτης: Βασίλης Γεωργακάκος, E: vgeorgakakos@boussias.com, T: 210-6617777 (εσωτ. 377)

Σύνταξη: Σουζάνα Μπούσια, E: sboussia@boussias.com, T: 210-6617777 (εσωτ. 148)

Διαφήμιση: Μαρίνα Καφέζα, E: mkafeza@boussias.com, T: 210-6617777 (εσωτ. 252),

Ειρήνη Προεστάκη, E: iproestaki@boussias.com, T: 210-6617777 (εσωτ. 388)

Διεύθυνση: Κλεισθένης 338, 153 44 Γέρακας, T: 210-6617777, E: info@boussias.com

www.boussias.com

**AWARDS '17
Packaging
INNOVATION
GOLD**

**Μπαρμπα Στάθης
ΡΥΣΙΚΑ**

Ευεξία
μαρούλι butterhead, radicchio, βαλεριάνα
& μείγμα ξηρών καρπών και φρούτων
με αρωματικό dressing

**ΥΠΟΧΕΙΣΤΕΙ
Keep Fresh
ΦΡΕΣΚΑΔΕ!**

**Μπαρμπα Στάθης
ΡΥΣΙΚΑ**

**Μία σαλάτα κάθε μέρα,
μας κάνει καλό!**

Βάλτε στην καθημερινή σας διατροφή την θρεπτική αξία των φρέσκων λαχανικών εύκολα, γρήγορα και απολαυστικά! Γιατί με τις φρέσκες σαλάτες Μπαρμπα Στάθης έχετε **14 συνδυασμούς λαχανικών** για να δημιουργείτε τις δικές σας πεντανόστιμες σαλάτες **κάθε μέρα!**

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΕΜΠΝΕΥΣΗ

www.barbastathis.com

f i y

EDITORIAL



Δημήτρης Μαντής

Στις 6 Νοεμβρίου 2017, τα μέλη του WPO (World Packaging Organization), εκπροσωπώντας 16 χώρες, συνεδρίασαν στην πόλη Rio de Janeiro της Βραζιλίας και βαθμολόγησαν τις 318 υποψήφιες συσκευασίες για τα διεθνή βραβεία συσκευασίας WorldStar 2018. Η εκδήλωση αυτή διοργανώθηκε με την υποστήριξη του οργανισμού ABRE (the Brazilian Packaging Association). Αξιολογήθηκαν προς βράβευση 40 συσκευασίες αναψυκτικών, 7 ηλεκτρονικών συσκευών, 42 τροφίμων, 12 προϊόντων προσωπικής υγιεινής και φροντίδας, 3 ετικετών, 9 οικιακής φροντίδας, 6 προϊόντων πολυτελείας, 20 φαρμακευτικών και ιατρικών προϊόντων, 21 μεταφορές αγαθών, 6 σημείων πώλησης κ.ά. Οι νικητές των ειδικών κατηγοριών (sustainability, packaging that saves food, marketing) θα ανακοινωθούν τον Ιανουάριο του 2018. Οι ελληνικές συμμετοχές στον φετινό διαγωνισμό ανήλθαν στις δέκα. Για πρώτη φορά στην ιστορία του διεθνούς θεσμού η χώρα μας έθεσε τόσες πολλές υποψηφιότητες. Οι ελληνικές εταιρείες και τα προϊόντα που βραβεύτηκαν μέχρι σήμερα είναι τα εξής:

COMPANY	PRODUCT	CATEGORY
A. Hatzopoulos	Power Gel - Stick	Packaging Materials & Components
A.S. ADVERTISING	IONIA	Food
Athenian Brewery	Beer Can/ALFA Weiss "Upside-Down" can	Beverages
Στυλ. Σ. Κοσκινίδης	POP MENTOS	Point of Sale
PALAMIDIS	Container for fresh meat	Food

Οι υποψήφιοι διεκδικητές που είχαν δικαίωμα συμμετοχής στον διεθνή διαγωνισμό αναδείχθηκαν από τα ελληνικά βραβεία **Packaging Innovation Awards 2017**. Για δεύτερη συνεχόμενη χρονία ο ελληνικός Διαγωνισμός οργανώθηκε από την εταιρεία Boussias Communications με τη συνεργασία του Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας.

Είναι πράγματι εντυπωσιακό το τι επιτεύχθηκε τα δύο αυτά χρόνια με τη συνεργασία αυτή. Ισχυροποιήθηκε ένας θεσμός τον οποίον αγκάλιασαν οι ελληνικές επιχειρήσεις, όπως καταγράφηκε και στις συμμετοχές. Οι βραβευμένες εταιρείες και προϊόντα στον διαγωνισμό WorldStar διαθέτουν πλέον ένα ισχυρό εργαλείο προώθησης και προβολής τους στη διεθνή αγορά της συσκευασίας που οφείλουν να αξιοποιήσουν.

Στο διάστημα των δύο ετών καταγράφηκε και μια σημαντική αύξηση των εταιρειών που επέλεξαν να συμμετάσχουν στον παγκόσμιο διαγωνισμό (από 3 σε 10). Συνέπεια αυτών είναι και η επίτευξη του ιστορικού ρεκόρ βραβεύσεων των ελληνικών επιχειρήσεων (πέντε έως σήμερα). Αν μελετήσουμε προσεκτικά τα στοιχεία που λάβαμε από τον WPO, η Ελλάδα κατέκτησε περισσότερα βραβεία από τη Γαλλία, τον Καναδά, τη Φιλανδία, την Ιταλία, τη Ρωσία, τη Σουηδία κ.ά.

Αν χρησιμοποιήσουμε τον δείκτη πληθυσμού, τότε η χώρα μας κατατάσσεται στους κορυφαίους παραγωγούς συσκευασιών. Μελετώντας τις βραβεύσεις διαπιστώνουμε, επίσης, ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις τοποθετούνται στο ίδιο πλαίσιο με εταιρείες που έχουν πολλαπλάσιο ετήσιο τζίρο και σε μερικές περιπτώσεις εκατονταπλάσιο. Αυτά τα στοιχεία δικαιώνουν τους δύο συνεργάτες που πιστεύουν στην αξία των ελληνικών βραβείων και των Ελληνικών προϊόντων. Οφείλουμε να μην εφησυχαστούμε, αλλά να εργαστούμε πιο εντατικά για να επιτύχουμε ακόμα υψηλότερη θέση, ανάλογη της αξίας των ελληνικών προϊόντων και επιχειρήσεων.

Συγχαρητήρια αξίζει να δοθούν σε όλες τις εταιρείες που συναγωνίστηκαν στον ελληνικό διαγωνισμό και ιδιαίτερα σε αυτές που διεκδίκησαν και έλαβαν την ανώτατη διεθνή διάκριση.

Δημήτρης Μαντής

Πρόεδρος, Σύνδεσμος Βιομηχανιών
Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας
(ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ.)

η ΑλφαΒήτα κοντά στην ελληνική γη



Διαλεχτά και Βραβευμένα

Κοντά στην Ελληνική γη, με στόχο να αναδείξουμε τα ιδιαίτερα προϊόντα του τόπου μας και να υποστηρίξουμε έτσι την ελληνική παραγωγή.

Κοντά στην καινοτομία και τη σχεδιαστική αριστεία, γιατί σε εξαιρετικά προϊόντα, αξίζουν εξαιρετικές συσκευασίες!

AWARDS '17
Packaging
INNOVATION
technology • marketing • user experience



Η χαρά
να προσφέρεις
το καλύτερο

Η ΑΛΦΑ Weiss έφερε τα «πάνω-κάτω»!



Στις αρχές της δεκαετίας που διανύουμε, ο πειραματισμός, η αυθεντικότητα των γεύσεων και η ελληνικότητα ήταν κάποιες από τις τάσεις που γίνονταν σταδιακά όλο και πιο αισθητές στην αγορά. Η ΑΛΦΑ, ένα από τα μεγαλύτερα brands μπίρας στην Ελλάδα, επέλεξε να πρωτοπορήσει συνδυάζοντας τις τάσεις αυτές με μία νέα πρόταση. Η ΑΛΦΑ Weiss ξεκίνησε το ταξίδι της το 2014, με σκοπό να φέρει πιο κοντά στο νεανικό κοινό μία αρκετά εξεζητημένη κατηγορία μπίρας, αυτή της Weiss. Η ΑΛΦΑ Weiss συνδέθηκε εξαρχής με την κατανάλωση εκτός σπιτιού και συνδυάστηκε με αυθεντικές ελληνικές γεύσεις.

Η πρόκληση δεν άργησε να εμφανιστεί στον ορίζοντα υπό τη μορφή μίας αναξιοποίητης ευκαιρίας. Η ζήτηση της ΑΛΦΑ Weiss αυξανόταν, ενώ παράλληλα το καταναλωτικό κοινό αναζητούσε μία άλλη συσκευασία για να μπορεί να την απολαύσει και στο σπίτι. Έτσι, δημιουργήθηκε η ανάγκη για ένα νέο τρόπο συσκευασίας που θα ήταν απλός, ανατρεπτικός, ελκυστικός και... εν μέρει εκπαιδευτικός!

Για να διασφαλιστεί ο ειδικός τρόπος σερβιρίσματος που επιτάσσει η Weiss, όταν δεν υπάρχει ποτήρι, η απάντηση από την ΑΛΦΑ ήταν απλή, καινοτόμα και πρωτοποριακή. Έφερε τα «πάνω-κάτω» εισάγοντας στην αγορά μία νέα συσκευασία, όπου το κουτί είναι τοποθετημένο στο ράφι με το καπάκι προς τα κάτω.

Η καταναλωτική συνήθεια μαρτυρά ότι οι καταναλωτές πίνουν κατευθείαν από το κουτί χωρίς να το αναποδογυρίζουν. Αυτό στην περίπτωση μίας μπίρας Weiss σημαίνει ότι η μαγιά παραμένει στον πάτο του κουτιού εμποδίζοντας να αναδυθεί η γεύση και το άρωμα του προϊόντος στο έπακρο. Ο καταναλωτής, ωστόσο, από συνήθεια τείνει να τακτοποιήσει το προϊόν στο ψυγείο με τέτοιο τρόπο ώστε να βλέπει σωστά το λογότυπο, δηλαδή στην περίπτωση του καινοτόμου κουτιού της ΑΛΦΑ Weiss με το καπάκι προς τα κάτω. Στη συνέχεια επομένως, και προκειμένου να το πιει, αναγκάζεται να το αναποδογυρίσει. Με αυτή την απλή κίνηση το κουτί ανακινείται, η μαγιά ζωντανεύει και ξεκινάει η πραγματική απόλαυση!

Απολαύστε μία ΑΛΦΑ Weiss σε κουτί 500ml, ακολουθώντας 3 απλά βήματα:
αναποδογυρίστε, ανοίξτε, απολαύστε.

Καλή απόλαυση!

ΤΡΙΑ ΒΡΑΒΕΙΑ ΑΠΕΣΠΑΣΕ ΤΟ «ΑΝΑΠΟΔΟ» ΚΟΥΤΙ ΤΗΣ ΑΛΦΑ WEISS ΣΤΑ PACKAGING INNOVATION AWARDS ΣΕ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Εντυπωσιακός ήταν ο απολογισμός για τη νέα συσκευασία της ΑΛΦΑ Weiss στα Packaging Innovation Awards 2017. Το νέο κουτί των 500ml έφερε την καινοτομία στην απόλαυση με το «τέλειο σερβίρισμα» και απέσπασε τα εξής βραβεία:



ΑΝΑΠΟΔΟΓΥΡΙΖΕΙΣ
ΑΝΟΙΓΕΙΣ ΑΠΟΛΑΜΒΑΝΕΙΣ



**ΝΕΑ
ΣΕ ΚΟΥΤΙ**



Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Πολύτιμοι οδηγοί για να γίνει καλύτερα κατανοητό το προφίλ της ελληνικής βιομηχανίας συσκευασίας είναι οι πρόσφατες μελέτες για την πλαστική και χάρτινη συσκευασία, που διεξήγαγε η Infobank Hellastat για λογαριασμό του Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ.).

1. ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Σύμφωνα με αυτή, η εγχώρια αγορά χάρτινης συσκευασίας είναι κατακερματισμένη, αποτελούμενη από λίγες μόνο επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, καθώς και πολυάριθμες μικρομεσαίες μονάδες. Οι εταιρείες του κλάδου συνήθως παράγουν αρκετά μεγάλη ποικιλία τελικών προϊόντων, ωστόσο κάποιες από αυτές εμφανίζουν εξειδίκευση σε ένα μόνο προϊόν (π.χ. χάρτινες σακούλες ή χαρτοκιβώτια). Σημειώνεται ότι η εισαγωγική διείσδυση ειδών χάρτινης συσκευασίας είναι περιορισμένη (λιγότερο από 10% της κατανάλωσης), επομένως το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης καλύπτεται από την εγχώρια παραγωγή. Πάντως, αρκετές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην αντιπροσώπευση και εισαγωγή πρώτων υλών (χαρτί και χαρτόνι), οι οποίες στη συνέχεια χρησιμοποιούνται από τις εγχώριες επιχειρήσεις για την παραγωγή τελικών ειδών. Αναφορικά με την εξαγωγική δράση του κλάδου, διαπιστώνεται ισχνή παρουσία στο εξωτερικό (περιορίζεται σε γειτονικές χώρες), καθώς η μεταφορά προϊόντων όπως το κυματοειδές χαρτόνι και τα χαρτοκιβώτια λόγω του όγκου τους είναι ασύμφορη.

Τα προϊόντα του κλάδου διακρίνονται σε δύο γενικές κατηγορίες: α) Κιβώτια και άλλα προϊόντα από κυματοειδές χαρτόνι / Βιομηχανική συσκευασία και β) Συσκευασίες από χαρτί και συμπαγές χαρτόνι / Γραφικές τέχνες: κουτιά, ετικέτες, σάκοι, τσάντες καταστημάτων, χαρτοσακούλες, υλικά καταστημάτων εστίασης κ.λπ.

Η οικονομική ύφεση που εκδηλώθηκε στα τέλη του 2008 και τα μέτρα δημοσιονομικής εξυγίανσης που εφαρμόστηκαν έκτοτε περιόρισαν σημαντικά την εγχώρια βιομηχανική παραγωγή, με αρνητικές επιπτώσεις να εντοπίζονται στους περισσότερους επιμέρους τομείς. Επομένως, πτωτική ήταν και η παραγωγική δραστηριότητα του κλάδου χάρτινης συσκευασίας, τα τελικά προϊόντα του οποίου χρησιμοποιούνται σε αρκετούς τομείς της ελληνικής μεταποίησης.

Σύμφωνα με το σχετικό δείκτη της ΕΛΣΤΑΤ, η παραγωγική επίδοση των επιχειρήσεων χάρτινης συσκευασίας μειωνόταν έως και το 2012, όταν και η δραστηριότητα της μεταποίησης υποχωρούσε με σημαντικούς ρυθμούς, αποτυπώνοντας τις συνθήκες φθίνουσας ζήτησης που επικρατούσαν για είδη συσκευασίας.

Έτσι, το 2015 η παραγωγή του κλάδου βρέθηκε σε επίπεδο χαμηλότερο του 2008 κατά 11%, γεγονός που μεταφράστηκε σε μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 1,6% για την τελευταία επταετία. Ωστόσο, τους πρώτους 9 μήνες του 2016 ο δείκτης παραγωγής αυξήθηκε κατά 11,5% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2015, με τις εξαγωγές νωπών φρούτων και λαχανικών να εξακολουθούν να εμφανίζουν σημαντική άνοδο, τροφοδοτώντας τη ζήτηση για χάρτινη συσκευασία.

Εν κατακλείδι, ο συνολικός Κύκλος Εργασιών του δείγματος 55 εταιρειών χάρτινης συσκευασίας το 2015 διαμορφώθηκε στα €415,76 εκ., εμφανίζοντας μικρή άνοδο 1,4% από το προηγούμενο έτος, με την οριακή πλειοψηφία των επιχειρήσεων να καταγράφει αύξηση εσόδων. Αναφορικά με την προ φόρων κερδοφορία, τα 2/3 των εταιρειών ήταν κερδοφόρες, με 17 από αυτές να αυξάνουν τα ΚΠΦ της προηγούμενης χρονιάς και 16 να υπόκεινται σε κάμψη. Επιπλέον, οι 8 από τις 19 ζημιολύγες επιχειρήσεις εμφάνισαν επιδείνωση των ζημιών τους, ενώ άλλες 7 προήλθαν από κέρδη.

2. ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Περνώντας στην πλαστική συσκευασία, η μελέτη της Infobank Hellastat διαπιστώνει ότι ο κλάδος των πλαστικών ειδών συσκευασίας αποτελείται από πολυάριθμες επιχειρήσεις διαφόρων μεγεθών, οι οποίες εμφανίζουν ανομοιογένεια ως προς την ποικιλία των παραγόμενων προϊόντων. Οι περισσότερες όμως εταιρείες είναι μικρού μεγέθους και παράγουν ορισμένα μόνο είδη, καθώς δε διαθέτουν επαρκή μηχανολογικό εξοπλισμό, προκειμένου να διαφοροποιήσουν την παραγωγή τους.

Αρκετές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από ολοκληρωμένη παραγωγική διαδικασία, καθώς διενεργούν και τις εργασίες εκτύπωσης ή/και ετικετοποίησης των υλικών τους, ή συνεργάζονται με επιχειρήσεις εκτυπώσεων / γραφικών τεχνών για το σκοπό αυτό. Επίσης, ορισμένες εταιρείες δραστηριοποιούνται ταυτόχρονα και σε άλλους τομείς, όπως χάρτινα είδη συσκευασίας, διάφορα άλλα πλαστικά προϊόντα, μονωτικά υλικά κ.ά.

Ο κλάδος διακρίνεται σε τρεις γενικές κατηγορίες:

- **Εύκαμπτα υλικά συσκευασίας:** μονο-στρωματικά φιλμ, σακίδια και σάκοι, εκτατά και θερμοσυρρικνούμενα φιλμ, δίκτυα συσκευασίας, μεγασάκοι, τσάντες.
- **Άκαμπτα υλικά συσκευασίας:** φιαλοειδή, πώματα, ανοικτά δοχεία, λεπτότοιχα κύπελλα, πώματα, σωληνάρια, δίσκοι, ποτήρια, υλικά εστίασης από διογκωμένο πλαστικό, μπιτόνια και βαρέλια, τελάρια και κιβώτια, πλαστικές παλέτες. Ιδιαίτερος τομέας θεωρούνται τα υλικά από διογκωμένο πολυστυρένιο.
- **Σύνθετα και μετεπεξεργασμένα φιλμ συσκευασίας:** πολυστρωματικά φιλμ που αποτελούνται από στρώματα διαφόρων υλικών, εκτυπωμένα και βερνικωμένα, και προορίζονται για εύκαμπτη συσκευασία προϊόντων ευρείας κατανάλωσης, παραγωγή αυτοκόλλητων ετικετών, ταινιών συσκευασίας και για άλλες εφαρμογές.

Η εγχώρια παραγωγή πρώτων υλών είναι περιορισμένη, με συνέπεια η ευρύτερη βιομηχανία πλαστικών να εμφανίζει εξάρτηση από εισαγωγές και να είναι εκτεθειμένη στις διακυμάνσεις των διεθνών τιμών του αργού πετρελαίου Brent και των πολυμερών του (πολυαιθυλένιο, πολυπροπυλένιο και πολυστερίνη). Ελληνική παραγωγή υφίσταται κυρίως στην κατηγορία του πολυπροπυλενίου, όπου ο μεγαλύτερος εγχώριος προμηθευτής του κλάδου είναι ο Όμιλος των Ελληνικών Πετρελαίων, με μονάδα δυναμικότητας 220.000 τόνων.



chillbox... promotion on a box!

chillbox
frozen yogurt-ice cream & more

Η **Chillbox A.E.** απέσπασε το χρυσό βραβείο στη διοργάνωση Packaging Awards 2017, στην κατηγορία Display – Promotional Packaging – Point of Sale. Το βραβείο απονεμήθηκε για την ανάπτυξη της χρήσης του κουτιού chillbox, ως μέσο επικοινωνίας.



Ελλάδα | Αγγλία | Αμερική | Βουλγαρία | Ιταλία | Κύπρος | Σαουδική Αραβία | Σουηδία | Τουρκία

www.chillbox.gr

ΤΙΜΗΤΙΚΑ ΒΡΑΒΕΙΑ

Ιδιαίτερα σημαντική στιγμή της βραδιάς υπήρξε η βράβευση τριών ανθρώπων που έχουν υπηρετήσει χρόνια το χώρο της Συσκευασίας.



Δρ. Μιχαήλ Κοντομηνάς



Δρ. Γιώργος Αυλωνίτης



Χρήστος Πετρόπουλος / SYSKEVASIA EXPO

ΤΙΜΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Humane Social Enterprise



Δημήτρης Κοντομηνάς, CEO & Art director,
Humane Social Enterprise

RECYCLE LIFE - YOUR BODY: REACTION EMPOWERING LIFE APPAREL & ACCESSORIES

Ως κοινωνική επιχείρηση ενδυνάμωσης ατόμων με αναπηρία, η Humane Social Enterprise σχεδιάζει και υλοποιεί Branding & Packaging για τα προϊόντα "reaction - empowering life" apparel & accessories, με θέμα διαφορετική πάθηση κάθε φορά. Η συγκεκριμένη καμπάνια αφορά στην Πανελλήνια Ημέρα Δωρεάς Οργάνων και Μεταμοσχεύσεων, με στόχο την αύξηση των δωτών στη χώρας μας. Η συσκευασία περιλαμβάνει ένα 3πτυχο φυλλάδιο με Infographics, που παρέχουν σημαντικούς δείκτες και κινητοποιούν τον καταναλωτή: κάθε 10' προστίθεται κάποιος στη λίστα αναμονής, 18 άνθρωποι την ημέρα πεθαίνουν περιμένοντας ένα όργανο, 1 δότης μπορεί να σώσει μέχρι 8 ζωές, καταλήγοντας στο εξώφυλλο όπου υπάρχει το call to action: Be a life donor - Be humane. Βασικά στοιχεία καινοτομίας στη διαδικασία σχεδιασμού και προώθησης αποτελούν αφενός η δημιουργία ομάδας εργασίας με άμεσα συσχετισμένους stakeholders (ασθενείς) και, αφετέρου, η κάρτα που εμπεριέχεται με ένα μοναδικό barcode, το οποίο όταν το σαρώσεις με κινητό σε οδηγεί σε microsite του οργανισμού για πλήρη ενημέρωση.

Paperpack - Ίδρυμα Μποδοσάκη



Δημήτρης Τσιφτισής, Γενικός Διευθυντής, Paperpack & Μαρία Φωλά,
Υπεύθυνη Δημοσίων Σχέσεων, Ίδρυμα Μποδοσάκη

ΑΣΥΝΟΔΕΥΤΟ ΚΟΥΤΙ PROMOTIONAL PACKAGING

Το πρώτο θεματικό πρόγραμμα "Giving for Greece" του Ιδρύματος Μποδοσάκη ανακοινώθηκε τον Φεβρουάριο 2016 για την υποστήριξη ασυνόδευτων παιδιών - προσφύγων που φθάνουν ή βρίσκονται στην Ελλάδα και αποτελούν την πιο ευάλωτη ομάδα των μεταναστευτικών ροών. Με κοινωνικό τηλεοπτικό μήνυμα και social media activation, το Ίδρυμα επαναφέρει στο προσκήνιο το ζήτημα των παιδιών με μία ταινία που είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο. Πρωταγωνιστής της ταινίας είναι ένα ΑΣΥΝΟΔΕΥΤΟ ΚΟΥΤΙ, το οποίο έρχεται καθημερινά αντιμέτωπο με δυσάρεστες και επικίνδυνες καταστάσεις, αντίστοιχες με αυτές που βιώνουν τα ασυνόδευτα ανήλικα παιδιά που βρίσκονται απροστάτευτα εκτός δομών φιλοξενίας. Η Paperpack, στο πλαίσιο του Κοινωνικού της Έργου, δέχθηκε με τιμή το κάλεσμα του Ιδρύματος για την παραγωγή και δωρεά του εν λόγω κουτιού, δημιουργώντας μια απλή συσκευασία στην οποία αποτυπώνεται ένα ανέκφραστο πρόσωπο, συμβολίζοντας τα συναισθήματα αυτών των παιδιών. Χρησιμοποιήθηκαν ανακυκλωμένα και ανακυκλώσιμα υλικά. Το κουτί έφτασε σε ΜΚΟ, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών που υποστηρίζουν ασυνόδευτα παιδιά, ξενώνες φιλοξενίας και τοποθετήθηκε σε εκδηλώσεις με εκτιμώμενη μεγάλη επισκεψιμότητα.

Dimello

EXPERTLY SELECTED
FINELY CRAFTED
LOVINGLY PREPARED

ESPRESSO HOME BLENDS



ESPRESSO
CENTO
MEDIUM ROAST
Velvet taste & sweet aromas
100% ARABICA

ESPRESSO
RICCO
MEDIUM ROAST
Rich taste & fine aromas
INTENSITY 4

ESPRESSO
MEZZO
MEDIUM ROAST
Balanced taste & full body
INTENSITY 3

ESPRESSO
FORZA
DARK ROAST
Strong taste & full body
INTENSITY 5

ESPRESSO
DECAF
WATER PROCESSED
Smooth taste & delicate aromas

GROUND COFFEE • BEANS • PODS

Σε όλα τα super market

dimellocoffee.com

Attica Terra S.A.

Βραβεία στην καινοτομία και το design της συσκευασίας



Σε ενθουσιώδες κλίμα πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 3 Οκτωβρίου 2017, στο gazARTE, η τελετή απονομής των Packaging Innovation Awards 2017. Στελέχη από επιχειρήσεις που παράγουν, εισάγουν ή διακινούν προϊόντα, βιομηχανίες παραγωγής υλικών και συσκευασίας, επιχειρήσεις εκτύπωσης κάθε είδους συσκευασίας ή Display Stands, δημιουργικά γραφεία και designers, χειροκρότησαν την καινοτομία στο σχεδιασμό, τα υλικά, την τεχνολογία και τις διαδικασίες σε ολόκληρη την αλυσίδα συσκευασίας των προϊόντων. Στην τελετή απονομής συγκεντρώθηκαν περίπου 200 υψηλόβαθμα στελέχη, ο Πρόεδρος και τα μέλη της κριτικής επιτροπής των βραβείων και εκπρόσωποι φορέων και επαγγελματικών συνδέσμων που υποστηρίζουν τη διοργάνωση. Τα βραβεία διοργάνωσαν τα περιοδικά Marketing Week, Plant και σέλφ σέρβις της Boussias Communications, με τη συνεργασία του Συνδέσμου Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ.). Η βραδιά της απονομής άρχισε με σύντομη παρουσίαση του σκοπού των βραβείων, που είναι η καλλιέργεια ευγενούς άμιλλας μεταξύ των συμμετεχόντων για τη βελτίωση της ποιότητας, της λειτουργικότητας αλλά και της αισθητικής της συσκευασίας, από την παρουσιάστρια κ.

Αγγελική Πετροπούλου, στέλεχος marketing της Boussias Communications.

Στη συνέχεια, ο Πρόεδρος της Κριτικής Επιτροπής των βραβείων, Δρ. Αντώνης Καναβούρας, Καθηγητής Συσκευασίας Τροφίμων, στη σύντομη εναρκτήρια ομιλία του, επισήμανε τη θερμή ανταπόκριση των εταιρειών στα Packaging Innovation Awards 2017, που αποδεικνύεται με το ποσοστό αύξησης υποβολής υποψηφιοτήτων κατά περίπου 18%. «Οι δυναμικές επιχειρήσεις της ελληνικής αγοράς και τα γνωστά, μεγάλα brands από πολλούς διαφορετικούς επιχειρηματικούς κλάδους που βρίσκονται απόψε μαζί μας», τόνισε, «αποδεικνύουν 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 της ταυτότητας των προϊόντων τους». Η βραδιά ολοκληρώθηκε στο εστιατόριο του gazARTE, με την υπέροχη θέα στην Ακρόπολη και τη νυχτερινή Αθήνα, με networking, κρασί και finger food. Μεγάλοι πρωταγωνιστές στο χώρο ήταν οι ίδιες οι βραβευμένες συσκευασίες που εκτέθηκαν, τις οποίες οι παρευρισκόμενοι είχαν τη δυνατότητα να δουν και να «επεξεργαστούν» από κοντά.



Με τη Συνεργασία του

Με την Τιμητική Υποστήριξη

Official Publications

Υποστηρικτής



Κριτική Επιτροπή

Τα ανεξάρτητα μέλη της Κριτικής Επιτροπής επιλέγονται με κριτήριο το επαγγελματικό και επιστημονικό τους υπόβαθρο, καθώς και την εμπειρία και εξειδίκευσή τους σε συνάφεια με το αντικείμενο των βραβείων και των επιμέρους κατηγοριών βράβευσης.

- Δρ. Αντώνης Καναβούρας**, Καθ. Συσκευασίας Τροφίμων, Δρ Μηχανικός Συσκευασίας, Γεωπόνος-Τεχνολόγος Τροφίμων, BSc, MSc, Πρόεδρος Κριτικής Επιτροπής
- Αναστασία Αстуπαλιώτου**, Managing Director & Co-founder, Artion Greek Foods
- Διονύσης Γρηγορόπουλος**, Πρόεδρος, Cold Storage & Logistics Association for Greece & Cyprus
- Χρήστος Κατσάνος**, Brand Strategist, DKG Group
- Δρ. Παναγιώτης Κυράτσος**, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών και Βιομηχανικού Σχεδιασμού, ΤΕΙ Δ. Μακεδονίας
- Κωνσταντίνος Κυριάκος**, Packaging Development Manager, APIVITA
- Δρ. Αθανασία Κυρίση**, Διευθύντρια Διαχείρισης Ποιότητας και Ασφάλειας, Agrino-EY.ΓΕ. Πιστιόλας
- Δρ. Κυριακή Λαμπροπούλου**, Διευθύντρια Τομέα Διασφάλισης Ποιότητας, MART Cash & Carry - Όμιλος Σκλαβενίτη
- Κωνσταντίνος Μάντζιος**, Οικονομολόγος, MBA, Συντονιστής Κριτικής Επιτροπής
- Δημήτρης Μαντής**, Πρόεδρος, Σύνδεσμος Βιομηχανιών Παραγωγής Υλικών & Συσκευασίας (ΣΥ.ΒΙ.Π.Υ.Σ.)
- Χρήστος Μουρτζιόπουλος**, Διευθυντής Διασφάλισης Ποιότητας, Μπάρμπα Στάθης
- Κρίστη Μουσιώνη**, Operations Manager, Ινστιτούτο Πωλήσεων Ελλάδος
- Δρ. Σπυρίδων Νομικός**, Αναπληρωτής Καθηγητής Τεχνολογιών Εκτυπώσεων - Έντυπης Συσκευασίας, ΤΕΙ Αθίνas
- Δρ. Αναστάσιος Πολίτης**, Πρόεδρος, Πανελλήνια Ένωση Πτυχιούχων Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών, Καθηγητής Τεχνολογίας Γραφικών Τεχνών, ΤΕΙ Αθίνas
- Αντώνης Ποταμίτης**, Πρόεδρος ΔΣ, Ινστιτούτο Πωλήσεων Ελλάδος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος WEST

Πίνακας Νικητών

ΤΙΜΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ			
Humane Social Enterprise - Designer Δημήτρης Κοντοπίδης		Recycle Life - your Body: Reaction Empowering Life Apparel & Accessories	
Paperpack - Ίδρυμα Μποδοσάκη		Ασυνόδευτο Κουτί Promotional Packaging	
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΤΙΤΛΟΣ ΥΠΩΣΗΦΙΟΤΗΤΑΣ	ΒΡΑΒΕΙΟ
ΠΑΛΩΝΑΣ Α			
Food	2YOLK	Του Πρεβεζάνου	GOLD
	attp advertising	Κρι Κρι Παγωτά Τα Γλυκά της Μαμάς	GOLD
	mediterranea - mastihashop	Νέα συσκευασία masithashop - καραμέλες με μαστίχα σκληρές/ toffee/toffee χωρίς ζάχαρη	GOLD
	TheBrandHouse	Package Design - Altis International - New Product Line	GOLD
	dolphins // communication design	Nirra Honey	GOLD
	A. Hatzopoulos S.A.	Bio Solution for Coffee Packaging	SILVER
	ΑΝΤΩΝΙΑ ΣΚΑΡΑΚΗ - A.S. Advertising	Συσκευασία Ελαιολάδου ΙΩΝΙΑ - THE HISTORY OF UNIQUENESS - extra virgin olive oil	SILVER
	AB Βασιλόπουλος - Red Design	Οι συσκευασίες της σειράς "Η ΑΒ κοντά στην ελληνική γη"	SILVER
	attp advertising	Κρι Κρι Γισούρτια Super Spoon	SILVER
	Eurocatering AE	Φρέσκα Λαχανικά Φρεσκούλης σε σακούλα με βαλβίδα ατμού	SILVER
Drinks	Elysian - KM Creative	Elysian culinary herbs	SILVER
	Yonas Design - Κύκλος Τρόφιμα	KYKLOS - Αλλαντικά Ανώτερης Ποιότητας	BRONZE
	Red Design Consultants	METAXA Grande Fine	GOLD
	TheBrandHouse	Branding & Design - Le Petit Cirque - Wine Trilogy 187ml	GOLD
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ	Νέα συσκευασία ΑΛΦΑ Weiss, Upside-Down Can	GOLD
	dolphins // communication design	Grenade Liqueur	SILVER
Pharmaceutical & Medical	InterMed, Ιουλία & Ειρήνη Τσέτη Φαρμακευτικά Εργαστήρια ABEE	Νέο Προϊόν Herbofix - Γαλλία, by InterMed	SILVER
Personal Care	GP Hellenic Soil Ltd	Η νέα εικόνα της SUPERFOODS®	SILVER
Cosmetics	PressiousArvanitidis & Fresh Line	Promo packaging Fresh Line	GOLD
Gifts	ABC Design - Frezyderm	Σειρά Ενυδάτωσης - Αντιγήρανσης FREZYDERM	GOLD
	Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ - Paperpack	Gift Box 85 ΧΡΟΝΙΑ ΗΛΙΟΣ	GOLD
	2YOLK	St. Valentine's self promotion gift	SILVER
	PressiousArvanitidis & Austria Card	Συσκευασία δώρου της Austria Card	BRONZE
Construction Chemicals	ABC Design	Minos Color Spray	SILVER
Construction Materials	KRAFT Paints Druckfarben Hellas S.A., ATTP - Συνεργάτης	Σετ συσκευασίας δώρου KRAFT Inspired Collection - Νέες βεντάλιες χρωμάτων KRAFT Paints	SILVER
ΠΑΛΩΝΑΣ Β			
Packaging of New Products Launched in the Greek Market	Pressious Arvanitidis & Nespresso	Display promotional packaging Freddo Nespresso	GOLD
	ΕΨΑ Α.Ε.	Νέα συσκευασία PET 330ml	GOLD
	Μπάρμπα Στάθης	Σαλάτα Ευεξία Μπάρμπα Στάθης Φυσικά	GOLD
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ	Νέα συσκευασία ΑΛΦΑ Weiss, Upside-Down Can	SILVER
	ΠΛΑΣΤΙΜΑΚ Α.Β.Ε.Ε.	Νέα συσκευασία πιπεριών Brand Label σε doypack με zipper	SILVER
	Barilla Hellas	Νέα Συσκευασία MISKO ΧΡΥΣΗ ΣΕΙΡΑ	SILVER
	Mediterranea - mastihashop	Νέα συσκευασία mastihashop - τσάι πράσινο με μαστίχα & τσάι μαύρο με μαστίχα	SILVER
	ΑΤΤΙΚΑ TERRA FOOD AND DRINKS SA	ESPRESSO DIMELO: New espresso coffee line for Greek retail market	BRONZE
	Real Nature's Food	Νέα συσκευασία βιολογικά κατάλληλης ωμής τροφής B.A.R.F. για σκύλους σε μπιφτέκι-Προϊόν βαθιάς κατάψυξης	BRONZE
	Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ - ΠΑΝ. ΣΠ. ΔΑΚΟΣ Α.Β.Ε.Ε.Ζ.Τ.	Νέα Συσκευασία ΗΛΙΟΣ Ταλιατέλες Χωρίς Γλουτένη	BRONZE
Packaging of Products Launched in a New International Market	AgrecoFarms	Pop Συσκευασίες Εμπνευσμένες από την Ελληνική Λαϊκή Παράδοση	GOLD
Packaging that Saves Food	ΣΤΥΛ.Σ.ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ ABEE	RCT (Round Corner Tube)	GOLD
	2YOLK	OLEO Φυσικό Συμπλήρωμα Διατροφής	SILVER
	Μπάρμπα Στάθης	Νέα κατηγορία Pizza από την Χρυσή Ζύμη	SILVER
	Eurocatering AE	Νέα σειρά Φρεσκούλης: Φρέσκα Μυρωδικά σε επανακλειόμενη συσκευασία	BRONZE
Glass / Paper / Flexible Plastic Pack	Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ	Νέα συσκευασία ΑΛΦΑ Weiss, Upside-Down Can	BRONZE
	A. Hatzopoulos S.A.	Power Gel - Stick pack	GOLD
	ABC Design - Frezyderm	ac-norm Frezyderm	SILVER
	2YOLK	SCANDAL By Stelios Parliaros rebranding	BRONZE
Display - Promotional Packaging - Point of Sale	ΣΤΥΛ.Σ.ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ ABEE	POP MENTOS	GOLD
	CHILLBOX A.E.	Chillbox ...promotion on a box!	GOLD
	TheBrandHouse	Promo Packaging - Le Petit Cirque - Wine Trilogy 187ml	SILVER
	A. Hatzopoulos S.A.	Bio Packaging Solution	GOLD
New Packaging Method - Usage of New Raw Material and/or Machinery	Thrace Plastics Pack	Πλαστικό ποτήρι sleeve	SILVER
	Eurocatering AE	Φρέσκα Λαχανικά Φρεσκούλης σε σακούλα με βαλβίδα ατμού	BRONZE
	ΠΑΛΑΜΗΔΗΣ ΑΕ	Απορροφητικά δισκάκια διογκωμένης πολυστερίνης	BRONZE



attp advertising

KPI KPI ΠΑΓΩΤΑ "ΤΑ ΓΛΥΚΑ ΤΗΣ ΜΑΜΑΣ"

GOLD

Η KPI KPI λάνσαρε φέτος τη νέα σειρά παγωτών «Τα Γλυκά της Μαρμάς», βασισμένα σε παραδοσιακές γεύσεις και αξίες. Οι συσκευασίες τους συνδυάζουν σύγχρονα σχεδιαστικά στοιχεία με κλασικές επιρροές από σύμβολα του παρελθόντος. Illustrations σε ύφος παραδοσιακών βιβλίων μαγειρικής απεικονίζουν χαρακτηριστικές σκηνές οικογενειακής ζωής από το παρελθόν, με το χειροποίητο λαχταριστό γλυκό της μαμάς σε πρωταγωνιστικό ρόλο. Ένα σεμεδάκι εξυπηρετεί τον ρόλο της ταμπέλας στην εκάστοτε συσκευασία, αποπνέοντας οικείο χαρακτήρα. Το καπάκι κάθε συσκευασίας είναι μια κάτοψη του γλυκού που περιέχει, παγωμένο και εκσυγχρονισμένο. Λαχταριστή σοκολατόπιτα και απολαυστική πάστα φλώρα προϊδεάζουν τον χρήστη και τον προκαλούν να δοκιμάσει. Εστιάζοντας στα αγνά υλικά και το άγγιγμα της μαμάς, αξίες που διέπουν «Τα Γλυκά της Μαρμάς», το «παιχνιδιάρικο» barcode παίρνει τη μορφή μίζερ.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ATTP ADVERTISING

Νίκος Παλαιολόγος, Creative Director
Γιώργος Τσομετζίδης, Art Director
Ανδρέας Σιουρούνης, Copywriter
Κατερίνα Νίτση, Designer
Κώστας Θεοχάρης, Illustrator

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ KPI KPI

Τζελίνα Κουκουμέλη, Marketing Director
Νατάσα Ταινάβου, Brand Manager
Δημήτρης Τζάνος, Assistant Brand Manager



Θοδωρίς Περδικάκης, Αντιπρόεδρος & Head of Creative & Μαρία Βαρουτά, 360° Activator, attp, Τζελίνα Κουκουμέλη, Marketing Director, KPI KPI



Σμάρω Πολίτη, Creative Director, mediterr - mastihashop

mediterr - mastihashop

ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ MASTIHASHOP - ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ ΜΕ ΜΑΣΤΙΧΑ ΣΚΛΗΡΕΣ / TOFFEE / TOFFEE ΧΩΡΙΣ ΖΑΧΑΡΗ

GOLD

Η σειρά καραμελών σχεδιάστηκε με γνώμονα να ακολουθήσει το design και την αισθητική των προϊόντων mastihashop. Επιλέχθηκαν σακουλάκια πλαστικά, λευκά, μη διαφανή, ώστε να προστατεύεται το προϊόν. Η κωδικοποίηση των διαφορετικών ειδών (καραμέλες με μαστίχα σκληρές/toffee/toffee χωρίς ζάχαρη) προκύπτει από τη διαφορά στα εικαστικά μοτίβα και τον χρωματικό κώδικα. Επίσης, το χρώμα, το οποίο χαρακτηρίζει τη συσκευασία εξωτερικά, ακολουθείται και εσωτερικά από το περιτύλιγμα της καραμέλας. Το λευκό χρώμα δημιουργεί μια ξεχωριστή θέση στο ράφι, γιατί στην κατηγορία καραμέλας σε σακουλάκι δεν έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως. Είναι ευδιάκριτες ως συσκευασίες στο ράφι του καταστήματος, όπως και ο τίτλος/γραμματοσειρά και μέγεθος που έχει επιλεγεί. Τα συνοδευτικά γραφικά κάνουν την κάθε μια να ξεχωρίζει και όλες μαζί να δημιουργούν μια ενότητα. Η συσκευασία, ενώ είναι σύγχρονη, συνδυάζει μια νοσταλγική, ελκυστική εικόνα λόγω της χρήσης ρετρό και vintage γραφικών. Η σειρά έχει ήδη βραβευτεί από το design & design / International design awards by Marc Praquin.



THE BRANDHOUSE

PACKAGE DESIGN - ALTIS INTERNATIONAL - NEW PRODUCT LINE

GOLD

Το ελαιόλαδο Άλτις συλλέγεται από επιλεγμένες σοδειές, σε συνεργασία με 3.000 ελαιοπαραγωγούς από όλη την Ελλάδα και διαθέτει όλες τις απαραίτητες πιστοποιήσεις, τηρώντας τα ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα. Οι Έλληνες αγρότες και οι παραδοσιακές πρακτικές καλλιέργειας της ελιάς αποδίδονται εικαστικά στη συσκευασία για να αφηγηθούν, με τρόπο συναισθηματικό αλλά και άμεσο στον καταναλωτή του εξωτερικού, την ιστορία της μάρκας. Με βασικούς άξονες την αυθεντικότητα, τη φυσικότητα και την απλότητα, η Τέχνη της παραγωγής του ελαιολάδου αποδίδεται μέσω της εικαστικής Τέχνης, σε μια ελεύθερη και εξπρεσιονιστική γραφή, επικοινωνώντας το σύγχρονο προφίλ ενός παραδοσιακού προϊόντος και τους 3 διαφορετικούς τύπους της σειράς. Η γυάλινη φιάλη «ντύθηκε» με sleeve 4χρωμης εκτύπωσης με glossy βερνίκι. Η επιλογή του sleeve καλύπτει ολόκληρη τη φιάλη και εξασφαλίζει την προστασία του περιεχομένου από την ηλιακή ακτινοβολία.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ THEBRANDHOUSE

Κατερίνα Τσενεμπί, Founder - Brand Strategist
Ανδρέας Μπούκας, Illustrator
Ανδρέας Μπούκας, Art Director
Ν. Βλαχογιάννης, Creative Director

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ - ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Φιάλη: OLEA 500 ml
Sleeve: Πλαστικό PP, Πλαστικοποίηση ματ, 9 χρώματα, Μελάνια & Βερνίκια Τροφίμων / CCL
Καψύλλιο: Πλαστικό, εκτύπωση Pantone, Ματ & Emborprint κεφαλής/ Metalux



Εύα Γεωργακάκη, Business Manager, Altis

dolphins // communication design

NIRRA HONEY

GOLD

Η αρκούδα και η ιδιαίτερη διατροφική της προτίμηση στο μέλι οδήγησε στον σχεδιασμό του brand mark της εταιρείας παραγωγής. Η Nirra, η χρυσή αρκούδα, πρωταγωνιστεί στη συσκευασία με λιτό και γεωμετρικό σχεδιασμό εμπνευσμένο από την εξαγωγική φόρμα των κυψελών και την ιδιότητα της ύλης να κρυσταλλώνεται. Η σειρά συσκευασιών περιλαμβάνει πευκόμελο και δασόμελο, με χρυσή μεταξοτυπία (premium προσέγγιση) και χρήση ξύλου (αναφορά στη φύση του προϊόντος), σε σύγχρονο σχεδιασμό, για πώληση σε καταστήματα delicatessen και Duty free, αλλά και την προώθησή τους στη διεθνή αγορά.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ

Θανάσης Τσαμπούκας, Art Director
Χαρά Νίκα, Graphic designer / Illustrator



Αθανάσιος Τσαμπούκας, Founder - Art Director, dolphins // communication design





2YOLK ΤΟΥ ΠΡΕΒΕΖΑΝΟΥ

GOLD

Η οικογένεια Γκούμα μετράει ήδη 3 γενιές ψαράδων στον Αμβρακικό κόλπο, που αργότερα δημιούργησαν μία δυνατή τοπική επιχείρηση στο χονδρικό εμπόριο ψαριών και μαλακόστρακων. Το 2016, η οικογένεια αποφάσισε πως οι εκλεκτές ψαριές της, με πρωταγωνίστρια την περίφημη γαρίδα του Αμβρακικού, έχουν μία θέση στα ράφια της ελληνικής αγοράς, στοχεύοντας σε ένα κοινό που στηρίζει τα ιδιαίτερα ελληνικά προϊόντα με παράδοση. Το brand name «Του Πρεβεζάνου» επιλέχθηκε γιατί αναδεικνύει την εντοπιότητα των προϊόντων, τη σύνδεσή τους με τη λιμνοθάλασσα του Αμβρακικού και τη μερακλίδικη σχέση των Πρεβεζάνων με τα ουζερί. Για τις συσκευασίες των περισσότερων προϊόντων, με εξαίρεση τα βαζάκια με τους μαρινarisμένους μεζέδες, επιλέχθηκαν φάκελοι από υπόλευκο χαρτόνι κουσέ που περιέχουν διαφανείς vacuum συσκευασίες, οι οποίες εξασφαλίζουν εξαιρετική διατήρηση των ευαίσθητων μεζέδων. Επειδή η φρεσκάδα «γράφει» στο μάτι του καταναλωτή, χρησιμοποιήθηκαν κοπτικά που αποκαλύπτουν το προϊόν. Οι εικονογραφήσεις των ψαριών προέκυψαν από χαρακτηριστική σε λινόλαιο και το αποτέλεσμα, η χειροποίητη -σχεδόν ακατέργαστη- μορφή τους, είναι μια άμεση αναφορά στη χειρωνακτική, ντελικάτη παρασκευή αυτών των μεζέδων.



Γεώργιος Καραγιάννης, Founding Creative Partner & Εμμανουέλλα Μπιτσαξάκη, Founding Managing Director, 2YOLK



Αγγελική Ιωσφίδου, Marketing & Communication, Eurocatering



EUROCATERING

ΦΡΕΣΚΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ ΦΡΕΣΚΟΥΛΗΣ ΣΕ ΣΑΚΟΥΛΑ ΜΕ ΒΑΛΒΙΔΑ ΑΤΜΟΥ

SILVER

Τα Φρέσκα Λαχανικά Ατμού Φρεσκούλης είναι ένα πρωτοποριακό προϊόν της Eurocatering σε μια συσκευασία που ξεχωρίζει για την πρωτοτυπία και την πρακτικότητά της. Η ιδέα για το νέο προϊόν αποτελεί μία καινοτομία, καθώς είναι η πρώτη φορά που διατίθενται στην ελληνική αγορά φρέσκα λαχανικά πλυμένα και κομμένα σε πρακτική και πρωτότυπη συσκευασία doyrack με ειδική βαλβίδα ατμού. Η βαλβίδα αυτή επιτρέπει στο προϊόν να μαγειρευτεί στον φούρνο μικροκυμάτων, όντας μέσα στη σακούλα με τον ατμό που δημιουργείται εσωτερικά. Η συσκευασία αποτελείται από 2 φύλλα υλικού PET και PP-απτίφορ κατάλληλο για φύλαξη τροφίμων. Τον σχεδιασμό του εικαστικού ανέλαβε η colibri. Καρότο, μπρόκολο, κουνουπίδι, πατάτα και κολοκυθάκι παραμένουν ολόφρεσκα και αναλλοίωτα μέσα σε αυτή τη σακούλα από εύκαμπτο υλικό με πάτο, που στέκεται όρθια στο ράφι για την καλύτερη παρουσίαση του προϊόντος και διευκολύνει τους χρήστες της στο μαγείρεμα. Πρόκειται για ένα κλασικό συνδυασμό, ελαφρύ, νόστιμο και θρεπτικό για τον σύγχρονο καταναλωτή, που ενδιαφέρεται για τη διατροφή και την υγεία του και αναζητά ένα εύκολο, νόστιμο και γρήγορο γεύμα στο γραφείο.

ELYSIAN - KM Creative

ELYSIAN CULINARY HERBS

SILVER

Η οικογένεια culinary herbs της εταιρίας Elysian αποτελείται από μεσογειακά προϊόντα υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας, σε συσκευασίες premium αισθητικής. Περιλαμβάνει 3 διαφορετικά προϊόντα, τη ρίγανη, το θυμάρι και το δεντρολίβανο. Πρόκειται για προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας με πιστοποίηση βιολογικής διαχείρισης από την καλλιέργεια ως και την τυποποίηση. Οι έννοιες που αναδύονται μέσα από την εικόνα των συσκευασιών είναι η πολυτέλεια, η καθαρότητα, η καινοτομία, η μοναδικότητα και η βιολογική διαχείριση της παραγωγής. Τα 3 προϊόντα διαφοροποιούνται χρωματικά μεταξύ τους με χρήση ήπιων παλέτας. Τα προϊόντα αποτελούνται από 2 μέρη, το νάιλον σακουλάκι που προστατεύει αεροστεγώς το προϊόν και μια χάρτινη κατασκευή, το σχήμα της οποίας όταν είναι κλειστή παραπέμπει στο σχήμα της σταγόνας. Η μεγαλύτερη πρόκληση στην ανάπτυξη της χάρτινης κατασκευής-συσκευασίας υπήρξε η διαμόρφωση του χαρτιού στο σχήμα της σταγόνας και φυσικά η συγκράτηση του κόστους παραγωγής σε εξαιρετικά χαμηλό επίπεδο σε σχέση με το τελικό αποτέλεσμα.



Ειρήνη Ζαφειροπούλου, CEO, Elysian Fine Foods

attp advertising

KPI KPI ΓΙΑΟΥΡΤΙΑ SUPER SPOON

SILVER

Οι συσκευασίες KPI KPI Super Spoon σχεδιάστηκαν για να είναι ένα ισχυρό brand asset και να λειτουργούν σαν ένα stand-alone «μέσο επικοινωνίας». Μεταφέρουν με ακρίβεια και πρωτοτυπία όχι μόνο τα οφέλη, την ποιότητα και τις αξίες της μάρκας, αλλά την εμπειρία της κατανάλωσης και λειτουργούν ως απόλυτο selling tool. Το όνομα τα λέει όλα: Υπόσχεται δύναμη και απόλαυση, μέσα σε μια κουταλιά. Η χρήση του μαύρου χρώματος προσθέτει δυναμισμό: Ο λογότυπος και τα κύρια στοιχεία της συσκευασίας τονίζονται από το μαύρο και επικοινωνούν τον premium χαρακτήρα του προϊόντος. Οι γραμματοσειρές έχουν super μέγεθος και ένταση: Επικοινωνούν την ενέργεια, την ευεξία και την πληρότητα που προσφέρει το προϊόν. Τα χρωματιστά καπάκια προσθέτουν στη συνολική εμπειρία και την ωραία διάθεση που δημιουργεί το προϊόν, ενώ παράλληλα βοηθούν τον καταναλωτή να αγοράσει το δικό του KPI KPI Super Spoon. Επιπλέον, στις συσκευασίες εντέθηκε ένα qr code που ενισχύει τη σύγχρονη εικόνα της μάρκας και οδηγεί τον καταναλωτή σε microsite για περισσότερες πληροφορίες.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ATTP ADVERTISING
Nίκος Παλαιολόγος, Creative Director
Γιώργος Τσομετζίδης, Art Director
Γιάννης Δάσκαλος, Art Director
Σιουρούνης, Copywriter
Κατερίνα Νίτση, Designer
Γεράσιμος Χατζής, Illustrator

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ KPI KPI
Τζελίνα Κουκουμέλη, Marketing Director
Γιάννης Μπαμπαλιούτας, Brand Manager
Χρυσάνθη Φίγκου, Assistant Brand Manager



Θοδωρίς Περδικάκης, Αντιπροέδρος & Head of Creative & Μαρία Βαρουτά, 360° Activator, attp, Τζελίνα Κουκουμέλη, Marketing Director, KPI KPI





Αντωνία Σκαράκη - A.S. ADVERTISING
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΙΩΝΙΑ - THE HISTORY
OF UNIQUENESS - EXTRA VIRGIN OLIVE OIL
SILVER

Το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο ΙΩΝΙΑ αποτελεί έναν καινοτόμο, μοναδικό σχεδιασμό επί...2000 φορές και εκθειάζει την τέχνη των αρχαίων Ελλήνων στον σχεδιασμό και τη γαστρονομία. Κάθε φιάλη είναι μοναδικά σχεδιασμένη. Πρόκειται για one-of-a-kind γραμμική σχεδίαση, εμπνευσμένη από αρχαία ελληνικά μοτίβα, με ένα μοντέρνο άγγιγμα που τιμά την πλούσια κληρονομιά του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου. Η σύγχρονη αγορά αναζητά συνεχώς νέα ερεθίσματα. Έτσι, δημιουργήθηκε μία ενιαία αισθητική πλατφόρμα με πολλαπλές εικαστικές εφαρμογές labeling, βασισμένες σε ένα μόνο brand! Η άνοιξη στο σύγχρονο packaging design πηγάζει από την τεχνική mosaic. Πρόκειται για μία καινοτόμο, δυναμική εξατομίκευση συσκευασιών, που ανοίγει νέους ορίζοντες στην αγορά και χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στην Ελλάδα. Όπως οι αρχαίοι Έλληνες ζωγράφιζαν και σχεδίαζαν κάθε αμφορέα λαδιού ξεχωριστά και διαφορετικά, έτσι και σε ένα σύγχρονο μοντέλο παραγωγής κάθε μία από τις 2000 φιάλες που παράγονται έχουν διαφορετικά μα παρεμφερή patterns, που εγείρουν το ενδιαφέρον του καταναλωτή, καθώς έχουν και προστιθέμενη συλλεκτική αξία.



Αντωνία Σκαράκη, Creative Director,
A.S. Advertising



Θεόδωρος Ζωντανός, Γενικός Διευθυντής,
A. Hatzopoulos



A. Hatzopoulos
BIO SOLUTION FOR COFFEE PACKAGING
SILVER

Η Α. Χατζόπουλος έχει ως αποστολή της την παροχή αιφθόρων, καινοτόμων, υψηλής ποιότητας λύσεων συσκευασίας, χρησιμοποιώντας πράσινες μεθόδους ανάπτυξης και παραγωγής. Το συγκεκριμένο βιοδιασπώμενο υλικό αποτελεί μια καινοτόμο λύση και απευθύνεται κυρίως στην αγορά του καφέ (πιστοποίηση EN 13432:2000). Για την παραγωγή του υλικού χρησιμοποιούνται νέες, εξειδικευμένες α' και β' ύλες. Η δομή που παράγει η εταιρεία είναι τριπλή Cellophane + Cellophane met + Bio-sealant layer και το νέο υλικό μπορεί να αντικαταστήσει πλήρως και εύκολα μια κλασική triplex συσκευασία για καφέ (για παράδειγμα δομής PP + PET met +PE). Για την εκτύπωση της συσκευασίας χρησιμοποιούνται ειδικά πιστοποιημένα μελάνια, κατάλληλα για την παραγωγή βιο-υλικών. Το νέο υλικό συσκευασίας έχει ιδιότητες υψηλού φραγμού (high barrier) και προστατεύει άριστα τον καφέ ενάντια σε υγρασία και οξυγόνο, με τα αντίστοιχα barrier properties να κυμαίνονται σε επίπεδο: Water Vapor Transmission Rate (W.V.T.R.). Το υλικό λειτουργεί άψογα στις συσκευαστικές μηχανές των πελατών και είναι κατάλληλο για διάφορους τύπους πακέτων καφέ (1 κιλό, δόσεις / pacs, καφέ σε συσκευασία 250 gr κ.λπ.).

AB Βασιλόπουλος - Red Design
ΟΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΤΗΣ ΣΕΙΡΑΣ:
"Η ΑΒ ΚΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΗ"
SILVER

Η ΑΒ Βασιλόπουλος, με αίσθημα ευθύνης που απορρέει από τον ηγετικό της ρόλο στην ελληνική αγορά τροφίμων, στηρίζει με συνέπεια την ελληνική παραγωγή και διασφαλίζει την υψηλή ποιότητα των προϊόντων που διαθέτει στους πελάτες της. Σε αυτό το πλαίσιο, από το 2003 υπογράφει την οικογένεια προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας «Η ΑΒ κοντά στην Ελληνική Γη», με στόχο να υποστηρίξει ενεργά την ελληνική παραγωγή και να ενισχύσει την ελληνική οικονομία. Για τη συσκευασία των προϊόντων έχουν επιλεγεί περιέκτες που διασφαλίζουν προστασία και ασφάλεια, ενώ όλα τα υλικά είναι πλήρως ανακυκλώσιμα. Σημαντική πρόκληση κατά τον σχεδιασμό του εικαστικού αποτέλεσε η δημιουργία μιας ενιαίας ταυτότητας για όλες τις κατηγορίες προϊόντων, αλλά και η έκφραση της υπερηφάνειας για τους φημισμένους τόπους απ' όπου προέρχονται τα εξαιρετικά προϊόντα της σειράς. Έτσι εξέχουσα θέση έχει ο τόπος παραγωγής κάθε είδους και η όποια σήμανση Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης ή Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης συνοδεύει το προϊόν. Στην πρώτη όψη το εικαστικό καθορίζεται από μια φωτογραφία που έχει εμπνευστεί από το φυσικό τοπίο της συγκεκριμένης περιοχής, με κείμενο που αναδεικνύει τους λόγους για τους οποίους ο τόπος αυτός φημίζεται για την παραγωγή του. Η αναλυτική περιγραφή του προϊόντος αναδεικνύεται με τον ιδιαίτερο τρόπο γραφής που έχει επιλεγεί και οι διαφάνειες των υλικών διευκολύνουν τον καταναλωτή στην επιλογή του. Το λογότυπο σχεδιάστηκε ώστε να λειτουργεί λιγότερο ως εμπορικό σήμα και περισσότερο ως μήνυμα που αποκαλύπτει το όραμα και τη δέσμευση των ανθρώπων της ΑΒ Βασιλόπουλος.



Μαρίνα Πρίνου, Own Brands & Category
Activation Manager, ΑΒ Βασιλόπουλος &
Τζίνα Σεντούκα, CEO, Red Design

Yonas Design - Κύκλος Τρόφιμα
ΚΥΚΛΟΣ - ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
BRONZE

Η premium οικογένεια αλλαντικών είναι φτιαγμένη με συνταγές και την προσωπική φροντίδα του κ. Παναγιώτη Νίκα, από την πρώτη ύλη μέχρι την τελική τους παραγωγή. Στόχος της συσκευασίας τους είναι να ξεχωρίζει και να δηλώνει μια μοναδική εμπειρία γεύσης. Ο σχεδιασμός της προϊόντικής ταυτότητας και των εικαστικών της συσκευασίας βασίστηκε στην έννοια του κύκλου, η οποία και εκφράζει την εταιρεία και χαρακτηρίζει τα προϊόντα ως κύκλος ποιότητας, κύκλος γνώσεων και ανθρώπων. Χρησιμοποιώντας διαφορετικά ασπρόμαυρα μοτίβα με κύκλους ως κύριο χαρακτηριστικό για κάθε προϊόν, τα αλλαντικά αυτά ξεχωρίζουν με την αυστηρή τους σχεδίαση μέσα στην πολυχρωμία και πολυφωνία του ανταγωνισμού, δίνοντας το στίγμα μιας εξέχουσας ποιότητας. Η απουσία της πολυχρωμίας, η μη χρήση ελκυστικών εικόνων, τα αυστηρά, ασπρόμαυρα γεωμετρικά μοτίβα, ο πολύ διακριτικός αλλά και ιδιαίτερα ευκρινής χρωματικός κώδικας που χαρακτηρίζει τα προϊόντα, δημιουργούν έντονα μια ξεχωριστή παρουσία υψηλών απαιτήσεων, μια αίσθηση καθημερινής "haute gastronomie".



Γιώργος Γιάννας, Creative Director,
Yonas Design





Ροδάνθη Σεντούκα, Creative Director, Red Design

Red Design Consultants

METAXA GRANDE FINE

GOLD

Το METAXA Grande Fine είναι ένας φόρος τιμής στην Ελλάδα, τις παραδόσεις της, τη δεξιοτεχνία, την τέχνη και έναν ιδανικό τρόπο ζωής. Η λευκή πορσελάνινη κανάτα, διακοσμημένη με πολύχρωμα μοτίβα εμπνευσμένα από την ελληνική λαϊκή τέχνη, έχει συμβάλει στην εδραίωσή του ως ένα εκλεκτό δώρο. Σήμερα, το METAXA Grande Fine επαναλανσάρεται σε περιορισμένη, συλλεκτική έκδοση, εμπνευσμένο όπως πάντα από τις ελληνικές ρίζες του, αλλά με μια σύγχρονη ματιά, αποτυπώνοντας ταυτόχρονα την ουσία της ζωής και το ελεύθερο πνεύμα του Αιγαίου.

Βασική έμπνευση ήταν η αποτύπωση της ουσίας της ζωής και του ελεύθερου πνεύματος του Αιγαίου, που είναι κομμάτι της ελληνικής ταυτότητας. Ελεύθερες πινελιές στο μπλε του Αιγαίου εκφράζουν αυτήν ακριβώς την ελευθερία πάνω στο λευκό του πορσελάνινου μπουκαλιού, που φέρνει στον νου το υπέροχο φως της Ελλάδας.

THE BRANDHOUSE

BRANDING & DESIGN - LE PETIT CIRQUE -
WINE TRILOGY 187ML

GOLD

Επιθυμία της Winery Monsieur Nicolas και του Οινοποιού Γιώργου Καραμήτρου ήταν να δημιουργήσει μια μοντέρνα οινική τριλογία (κόκκινο, ροζέ και λευκό) σε ατομική συσκευασία των 187ml. Το νέο brand έχει core target group το κοινό των Millennials, που καταναλώνει κρασί και ενδιαφέρεται για μικρότερες συσκευασίες. Διατίθεται κυρίως σε χώρους διασκέδασης, bars, wine bars, εστιατόρια, μέσα μεταφοράς (αεροπλάνο, πλοία) κ.λπ. Το γεγονός ότι απευθύνεται στο νεανικό κυρίως κοινό ήταν το έναυσμα για να χρησιμοποιηθεί ως θέμα το τσίρκο, ένας χώρος που ο καθένας ανακαλεί μνήμες χαράς και διασκέδασης. Το όνομα Le Petit Cirque παραπέμπει στο μέγεθος της φιάλης και στην ιδέα του «τσίρκου», ενώ η απόδοσή του στα γαλλικά αποτελεί συνέχεια της ταυτότητας ενός ελληνικού οινοποιείου με γαλλική καταγωγή (Winery Monsieur Nicolas). Με "cheerful" διάθεση, η νέα σειρά κρασιών παρουσιάζει το μαγικό κόσμο του τσίρκου με ένα «φελινικό» σουρεαλισμό σε vintage εικαστική απόδοση και minimal διάσταση. Το καψύλλιο διακοσμήθηκε ως μια αφαιρετική αναπαράσταση της ριγέ τέντας των τσίρκων, σε τρία διαφορετικά χρώματα, ώστε να λειτουργεί ως χαρακτηριστικό γνώρισμα των διαφορετικών τύπων της τριλογίας.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ THEBRANDHOUSE

Κατερίνα Τσενεμπί, Founder -
Brand Strategist

Νίκος Παλαιολόγος, Creative Director

Κωστής Σατηράκος, Art Director

Γιώργος Τσεριώνης, Illustrator

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ - ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Φιάλη: O, 187L Bordeaux PP28 Flint

Βαφή: Pantone Cool Grey C, MAT/Style

Ετικέτα: Πλαστικό PP Clear, πλαστικοποίηση
ματ, 6 χρώματα, μελάνια & βερνίκια τροφίμων,
CABAS

Καψύλλιο: Πλαστικό, εκτύπωση

2 χρώματα pantone, ματ &

Embossprint κεφαλής, METALUX

Αθηναϊκή Ζυθοποιία

ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΑΛΦΑ WEISS,
UPSIDE-DOWN CAN

GOLD

Η ALFA, διαπιστώνοντας το 2014 ότι αυξανόταν η ζήτηση της μπύρας Weiss, δημιούργησε την ελληνική πρόταση ALFA Weiss σε φιάλη 500 ml εκπαιδύοντας τους καταναλωτές στο σωστό τελετουργικό αυτού του τύπου μπύρας. Οι μπύρες Weiss εκτιμώνται ιδιαίτερα από τους Έλληνες καταναλωτές, ειδικά από την νεότερη ηλικιακή ομάδα, και θεωρούνται υψηλής ποιότητας. Καθώς η μπύρα εδραιώθηκε στην αγορά για κατανάλωση μέσα και έξω από το σπίτι, δημιουργήθηκε η ανάγκη για νέες μορφές συσκευασίας. Τότε η ALFA πρότεινε την Weiss Upside-Down Can σε ένα «τελετουργικό» στο κουτί.

Κατά την αγορά ενός κουτιού, οι καταναλωτές συνήθως πίνουν άμεσα από αυτό. Αυτό σημαίνει ότι εάν ο καταναλωτής δεν κουνήσει το δοχείο, η ζύμη της μπύρας θα παραμείνει στο κάτω μέρος, επηρεάζοντας τη γεύση και το άρωμά της. Έτσι, βάζει το καπάκι στο κάτω μέρος του δοχείου, αντί για το πάνω μέρος. Ο καταναλωτής αγοράζει το κουτί και διαβάζει την ετικέτα, αλλά για να πιει (ή να σερβίρει) πρέπει να γυρίσει το κουτί ανάποδα, με αποτέλεσμα η ζύμη να αφυγνίζεται!



Γεώργιος Μακρυγιαννάκης, Marketing Manager,
Αθηναϊκή Ζυθοποιία

dolphins // communication design

GRENADE LIQUEUR

SILVER

Το λικέρ Grenade δημιουργείται από φυσικό χυμό ροδιού στην Ε.Β.Α., συνδυάζοντας την κλασική σπιτική συνταγή με την τεχνολογία. Οι συμβολισμοί της δύναμης και η χαρακτηριστική δομή του καρπού που δικαιολογεί και την ιστορική παρομοίωση -από τον γαλλικό στρατό- της χειροβομβίδας με το ρόδι ήταν η βασική έμπνευση για τον σχεδιασμό της συσκευασίας. Με την αποδόμηση της φόρμας και τη χρήση floral τυπογραφίας αποτυπώνεται μεταφορικά η εκρηκτική γευστική εμπειρία του προϊόντος. Χρυσή μεταξοτυπία και χρήση ξύλου, που παραπέμπει στη φυσική προέλευση του προϊόντος. Το λικέρ πωλείται στην αγορά της Ελλάδας και του εξωτερικού από super market, delicatessen, duty free, bar, restaurants.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ

Θανάσιος Τσαμπούκας, Founder - Art Director,

Βασίλης Παπαδόπουλος, Art Director

Κωνσταντίνος Παυλίδης, Graphic designer



Αθανάσιος Τσαμπούκας, Founder - Art Director,
dolphins // communication design





InterMed, Ιουλία & Ειρήνη Τσέτη Φαρμακευτικά Εργαστήρια

NEO ΠΡΟΙΟΝ HERBOFIX - ΓΑΛΙΑ, BY INTERMED

SILVER

Το Herbofix αναπτύχθηκε για να καλύψει καθημερινές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, προσφέροντας μέσα σε μια κάψουλα ένα φυτικό αφέψημα γεμάτο υγεία, με το πάτημα ενός κουμπιού. Τα οφέλη των βοτάνων και τα υπέροχα αρώματά τους συγκεντρώνονται σε μια κάψουλα συμβατή με μηχανές Nespresso (δε συνδέεται με την Intermed). Minimal και μοντέρνος σχεδιασμός ακολουθήθηκε στη συσκευασία του Herbofix, όπου κυριαρχεί το μαύρο χρώμα, το οποίο επιλέχτηκε για να διαφοροποιεί τη συσκευασία στο ράφι, να αντανakλά την υψηλή ποιότητα του προϊόντος και να τονίζει τον premium χαρακτήρα του.

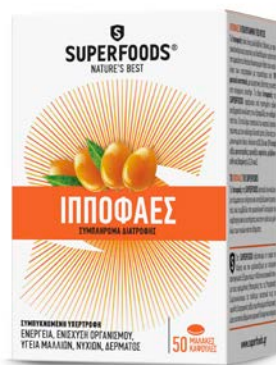
Το δυναμικό και σύγχρονο σχέδιο της συσκευασίας είναι εμπλουτισμένο με 4 διαφορετικές αποχρώσεις (πορτοκαλί, πράσινο, μπλε και μοβ), ανάλογα με το προϊόν (Digestion, Energy, Relax, Respiratory), με τα οποία καθίσταται ευδιάκριτος ο χαρακτηρισμός του κάθε προϊόντος και η ανάγκη που καλύπτει. Ο εργονομικός σχεδιασμός για εύκολο άνοιγμα και κλείσιμο περιλαμβάνει ειδικό κοπτικό για την αφαίρεση των καψουλών και φύλαξη των υπολοίπων μετά το άνοιγμα της συσκευασίας. Σχεδιάστηκε από τη Σαπφώ Χατζηκυριάκ, Creative Art Director της Intermed.



Σαπφώ Χατζηκυριάκ, Creative Art Director,
Όμιλος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Τσέτη
Uni-Pharma, InterMed, Pharmabelle



Ρομίνη Μιχαλακάκου, Marketing Manager,
Superfoods



GP HELLENIC SOIL LIMITED Η ΝΕΑ ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ SUPERFOODS®

SILVER

Στις νέες συσκευασίες της SUPERFOODS® αναδεικνύεται η μοναδικότητα της υπερτροφής. Δεν χρησιμοποιούνται σκίτσα ή γκραβούρες, αλλά φωτογραφίες και συνθέσεις με δυναμισμό. Βασικό στοιχείο στο κέντρο της συσκευασίας αποτελεί το "S", το οποίο, σε συνδυασμό με τις ακτίνες που το σχηματίζουν, προσδίδουν δυναμισμό και αποτελεσματικότητα. Η φάσα υποστηρίζει τη μοναδικότητα του κάθε σκευάσματος, αφού για κάθε υπερτροφή επιλέγεται και διαφορετικός χρωματικός κώδικας. Η φάσα είναι τοποθετημένη σε συγκεκριμένο σημείο σε όλα τα προϊόντα, ώστε να δημιουργείται μία ενιαία γραμμή στο ράφι, η οποία οριοθετεί και αναδεικνύει το brand.

Τα παραπάνω μεταφέρονται στον καταναλωτή σε μία συσκευασία ευανάγνωστη και πλούσια σε πληροφορίες. Στις μπροστινές όψεις τοποθετούνται τα οφέλη του σκευάσματος και η ανάγκη που καλύπτει, ενώ στο πλάι τα οφέλη υποστηρίζονται επιστημονικά.

Τα συστατικά αναγράφονται με την ευρέως γνωστή ονομασία, αλλά και με την επιστημονική τους, σύμφωνα με τους κανόνες της Βοτανικής, π.χ. Γαϊδουράγκαθο (Silybum marianum).

Οι νέες συσκευασίες αποτέλεσαν λόγο επίτευξης νέων συνεργασιών και υποστήριξης από φαρμακοποιούς, ενώ συνετέλεσαν καθοριστικά στο διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης των πωλήσεων της μάρκας τη φετινή χρονιά.

PressiousArvanitidis & Fresh Line PROMO PACKAGING FRESH LINE

GOLD

Η Fresh Line ανέθεσε στην PressiousArvanitidis τη δημιουργία μίας συσκευασίας δώρου που θα κυκλοφορήσει την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων του 2017 και στην οποία θα τοποθετηθούν 6 διαφορετικά είδη αρωματικών σαπουνιών. Ζητούμενο από την πλευρά της PressiousArvanitidis ήταν να χρησιμοποιηθεί όσο το δυνατόν λιγότερο χαρτί, το οποίο ωστόσο θα μπορεί να διασφαλίζει την επιθυμητή στιβαρότητα και σταθερότητα στη συσκευασία.

Τελικά, η παραγωγή έγινε από χαρτί superfine 350 γραμμαρίων. Για τη συσκευασία των σαπουνιών κατασκευάστηκε μία θήκη υπό μορφή τούρτας, η οποία χωρίζει τα κομμάτια μεταξύ τους με χαρτί. Η θήκη αυτή έκλεισε με μανίκι, το πάνω μέρος της οποίας είναι διάφανο PVC για να είναι ορατά τα σαπούνια.

Η συσκευασία με μανίκι εξυπηρετεί έναν ακόμη σκοπό, καθώς από το πλαϊνό μέρος αναδύονται τα αρώματα των σαπουνιών. Έτσι, το προϊόν συσκευάστηκε με ασφάλεια, χωρίς να σφραγίζονται τα αρώματα του!



Κατερίνα Χάρμπαλη, Υπεύθυνη Πωλήσεων,
PressiousArvanitidis

COSMETICS

ABC Design - Frezyderm ΣΕΙΡΑ ΕΝΥΔΑΤΩΣΗΣ - ΑΝΤΙΓΗΡΑΝΣΗΣ FREZYDERM

GOLD

Στη σειρά ενυδάτωσης - αντιγήρανσης Frezyderm το ζητούμενο ήταν να υπάρχει καινοτομία της συσκευασίας, έτσι ώστε να τονίζει την πρωτοπορία του προϊόντος. Ο σχεδιασμός βασίστηκε στην τολμηρή επιλογή ενός περιέκτη που παραπέμπει σε δοκιμαστικό σωλήνα εργαστηρίου. Η λιτή εικόνα με τον μετρητή που υπάρχει κάθετα στον περιέκτη οδηγεί τη σκέψη του χρήστη σε προϊόν ποιότητας και σοβαρής εργαστηριακής μελέτης, κάτι που ισχύει για το προϊόν, αλλά ενδυναμώνεται με την οπτικοποίησή του. Η αυστηρή εικόνα του εργαστηριακού σωλήνα εξισορροπείται με την πολυτέλεια που προσδίδει το ασημί "δακτυλίδι" στον λαιμό του περιέκτη, για να συνδυάσει αρμονικά την επιστημονικότητα της φόρμουλας των προϊόντων με την premium αίσθηση.

Στη σειρά κυριαρχεί το λευκό και το μεταλλικό ασημί, ενώ έχουν επιλεγεί απαλά χρώματα για την διαφοροποίηση κάθε κατηγορίας σε διακριτικό σημείο. Η ιδιαίτερη και clean-cut αισθητική της σειράς ήταν ακόμη ένας λόγος που τα σημεία πώλησης έδωσαν μεγαλύτερο χώρο για τοποθέτηση των προϊόντων, κερδίζοντας η Frezyderm ένα από τα μεγαλύτερα μερίδια σε επίπεδο merchandising.



Μάχη Κακαβά, Διευθύνουσα Σύμβουλος, ABC
Design & Ευθύμιος Αναστασίου, Διευθύνων
Σύμβουλος - Αντιπρόεδρος, Frezyderm



PressiousArvanitidis & Austria Card ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΔΩΡΟΥ ΤΗΣ AUSTRIA CARD **BRONZE**

Η λύση που σχεδίασε και παρήγαγε η PressiousArvanitidis για τη συσκευασία μίας φιάλης του παραδοσιακού Gluwein κρασιού της Austria Card ήταν μία χάρτινη συσκευασία σε σχήμα ρόμβου, με ενσωματωμένη χειρολαβή. Στόχος ήταν η ασφαλής αποστολή του χριστουγεννιάτικου εταιρικού δώρου της Austria Card σε 2.500 περίπου διαφορετικά σημεία, χωρίς το περιεχόμενο να κινδυνεύει. Για την παραγωγή χρησιμοποιήθηκε welle χαρτί λαμιναρσμένο και στις 2 όψεις με χαρτί superfine 300 γραμμαρίων. Για το εικαστικό χρησιμοποιήθηκε το Pantone χρώμα που έχει στο λογότυπό της η Austria Card. Επίσης, κατασκευάστηκε ένα μανίκι, με στόχο να προστατεύσει ακόμη περισσότερο τη συσκευασία. Με στενή συνεργασία των δύο εταιρειών, όλες οι δυσκολίες έγιναν προκλήσεις (κάθετη στήριξη της φιάλης στο κουτί, ανάδειξη της ετικέτας, η φιάλη να παραμένει στη δεξιά πλευρά του κουτιού όταν ανοίγει η συσκευασία κ.ά.), που αντιμετωπίστηκαν με επιτυχία και η συσκευασία λειτούργησε όχι μόνο προστατευτικά στο περιεχόμενο, αλλά αποτέλεσε μέρος του δώρου προσθέτοντας αξία.



Μαίρη Παπαθανασίου, Υπεύθυνη Εξυπηρέτησης Πελατών, PressiousArvanitidis

2YOLK ST. VALENTINE'S SELF PROMOTION GIFT **SILVER**

Την ημέρα του Αγίου Βαλεντίνου αποφάσισε η 2yolk να πει σε υφιστάμενους αλλά και δυνητικούς πελάτες της πόσο σημαντικό είναι για αυτήν, επιλέγοντας μία σειρά από εκλεκτές μαύρες σοκολάτες και σχεδιάζοντας μία σειρά από τρία περιτυλίγματα, όλα με κοινή εξωτερική όψη ένα μαύρο background με μία κόκκινη καρδιά. Οι εσωτερικές όψεις των συσκευασιών της σοκολάτας ήταν αυτές που πρόδιδαν την ταυτότητά της: έφεραν την υπογραφή της 2yolk κάτω από ξεχωριστά μηνύματα... αφοσίωσης. Οι υφιστάμενοι πελάτες της, όταν αφαιρούσαν τη σοκολάτα διάβαζαν το μήνυμα «We are in love with your brand» και στη συνέχεια «We may be way past honeymoon, but your brand still keeps us awake at night». Οι δυνητικοί πελάτες της διάβαζαν «We are in love with your brand» και στη συνέχεια «We've got a crush on your brand. Would you like to talk about going steady?». Παράλληλα, σχεδιάστηκαν 3 διαφορετικά color pattern στο εσωτερικό των συσκευασιών, προκειμένου διαφορετικοί παραλήπτες στην ίδια εταιρεία να λάβουν διαφορετικές εκδοχές του δώρου, το οποίο στάλθηκε μέσω courier, εξατομικευμένα σε κάθε πελάτη σε Ελλάδα και εξωτερικό, προκειμένου να παραληφθεί στις 14 Φεβρουαρίου.



Γεώργιος Καραγιάννης, Founding Creative Partner & Εμμανουέλλα Μπιτασάκη, Founding Managing Director, 2YOLK

BIOMHXANIA ZYMAPIKΩN HΛIOΣ- PAPERPACK GIFT BOX 85 ΧΡΟΝΙΑ ΗΛΙΟΣ **GOLD**

Η ΗΛΙΟΣ σε συνεργασία με την Paperpack δημιούργησαν ένα πρωτοποριακό "gift box", σχεδιασμένο και κατασκευασμένο έτσι ώστε να πληροί μία σειρά διαφορετικών προδιαγραφών και ταυτόχρονα να απευθύνεται αποτελεσματικά σε ποικίλο κοινό με επιτυχία. Το επιθυμητό κοινό ήταν οι orinision makers και οι buyers μεγάλων αλυσίδων super markets, οι προμηθευτές ή άλλοι συνεργάτες που η εταιρεία θέλει να ευχαριστήσει και οι πελάτες λιανικής που συμμετέχουν σε διάφορους διαγωνισμούς της Βιομηχανίας στα social media. Δημιουργήθηκε μία συσκευασία που παραπέμπει σε κλασική σακούλα δώρου από ενισχυμένο «οντουλέ» χαρτόνι σε οικολογικό χρώμα. Στο πάνω μέρος έχει διαμορφωθεί ειδικό «κερούλι - θήκη» από το οποίο μπορεί κάποιος να την κρατήσει. Μεταφέρεται εύκολα και με ασφάλεια, προστατεύοντας τις συσκευασίες ζυμαρικών που τοποθετούνται μέσα. Η συσκευασία αυτή ακολουθεί τις τάσεις της αγοράς και είναι φιλική προς το περιβάλλον, καθώς αποτελείται από ανακυκλωμένα υλικά και είναι 100% ανακυκλώσιμη.



Ιωάννης Τσουκαρίδης, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, Paperpack, Αθανάσιος Παπαγιάννης, Creative Director, Επικοινωνειν & Αθανασία Δάκου, Εμπορική Διευθύντρια, Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ

CONSTRUCTION CHEMICALS

ABC Design MINOS COLOR SPRAY **SILVER**

Το 1968 ιδρύεται η πρώτη ελληνική βιομηχανία παραγωγής spray με την επωνυμία MINOS. Το όνομά της γίνεται συνώνυμο της ευκολίας και της πρακτικότητας για τους καταναλωτές. Μετά από 49 χρόνια η εταιρεία αποφάσισε να δώσει μία νέα εικόνα του spray MINOS, με συσκευασία πιο ελκυστική, διαφοροποιημένη από τον ανταγωνισμό και αναγνωρίσιμη. Η ιδέα αναπτύχθηκε με τη δημιουργία μιας φιγούρας ενός χαμογελαστού γενειοφόρου «ειδικού» στα spray και γνώστη των τεχνικών και των λύσεων που θέλει ο επαγγελματίας, αλλά και ο χομπίστας, στις κατασκευές του. Ο MINOS, σκίτσο με δυνατές και σίγουρες γραμμές, είναι φιλικός, δυνατός, σίγουρος, οικείος και δίνει στο spray προστιθέμενη αξία. Έτσι, γίνεται το σύμβολο πάνω στην ασημένια συσκευασία που εμπιστεύονται οι καταναλωτές. Ο χρωματικός κώδικας του spray εμφανίζεται στο καπάκι. Κείμενα και πληροφορίες συνοδεύουν τον MINOS, τονίζοντας τη λιτή, μοντέρνα εικόνα του.



Βιργινία Μεργούπη, Διευθύνουσα Σύμβουλος, Evochem, Κώστας Λάκης, Creative Director & Γιώργος Ζιάκας, Art Director, ABC Design



CONSTRUCTION MATERIALS

PACKAGING OF NEW PRODUCTS LAUNCHED IN THE GREEK MARKET

AWARDS '17
Packaging
INNOVATION



KRAFT Paints, Druckfarben Hellas, ATTP - Συνεργάτης | KRAFT Inspired Collection

ΣΕΤ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΔΩΡΟΥ KRAFT INSPIRED
COLLECTION - ΝΕΕΣ ΒΕΝΤΑΛΙΕΣ ΧΡΩΜΑΤΩΝ
KRAFT PAINTS

SILVER

Το μπλε της θάλασσας, το γαλάζιο του ουρανού ή το γαλάζιο Ελλάδι, λένε κάποιοι. Το χρυσοκίτρινο του ήλιου, το ροζ του ταράμα, το γκρι του ούζου, το καφέ της άμμου, το άσπρο της καθαριότητας και των νησιών, το ροζ της φιλίας... Χρώματα που υμνούνται σε όλο τον κόσμο και που οι ταξιδιώτες θα ήθελαν να πάρουν στις αποσκευές τους φεύγοντας από την Ελλάδα. Αυτά τα χρώματα της Ελλάδας μελέτησε, ανέλυσε και επέλεξε να έχει ως κέντρο έμπνευσης και δημιουργίας η Kraft Paints, η ελληνική εταιρεία χρωμάτων, για να φτιάξει τις δύο νέες βεντάλιες της, Kraft Inspired Collection και Kraft Paints Reflections. Σε 1720 αποχρώσεις στη μια βεντάλια και χωρισμένα σε 6 οικογένειες και 185 χρώματα στη δεύτερη. Για να ανακαλύψουμε την Ελλάδα και τη δύναμη των χρωμάτων στην καθημερινότητά μας με ένα νέο τρόπο.



Νάνυ Καραβασιλή, Creative Marketing Director,
Kraft & Ειρήνη Τζιώτη, Senior Art Director, attp

PACKAGING OF NEW PRODUCTS LAUNCHED IN THE GREEK MARKET

ATTICA TERRA FOOD AND DRINKS ESPRESSO DIMELLO: NEW ESPRESSO COFFEE LINE FOR GREEK RETAIL MARKET

BRONZE

Η Attica Terra είναι 100% ελληνική βιομηχανική εταιρεία επεξεργασίας και εμπορίας καφέ με εξειδίκευση στον espresso. Πρόσφατα η εταιρεία δημιούργησε 4 νέα χαρμάνια, προσεκτικά επιλεγμένα και διαβαθμισμένα για όλες τις προτιμήσεις «των εραστών» του espresso. Ένα πρωτοποριακό χαρμάνι decaffeinated με καφέ που έχει υποστεί αποκαφεΐνωση αποκλειστικά με νερό, χωρίς κανένα χημικό πρόσθετο, και χαρμάνι σε σπυρί γι' αυτούς που προτιμούν να αλέθουν τον espresso μόνοι τους. Το προϊόν συσκευάστηκε σε αλουμινένια σακούλα με εύκολο πρακτικό άνοιγμα easy open και "tin tie" (ταινία επανασφράγισης της συσκευασίας) για ευκολία στη χρήση και σωστή συντήρηση του καφέ. Η συσκευασία γίνεται σε προστατευτική ατμόσφαιρα, αφαιρείται το οξυγόνο και προστίθεται άζωτο, ώστε ο καφές να διατηρείται αναλλοίωτος. Η σακούλα έχει «βαλβίδα μονής ροής αέρα» (αντεπίστροφη) που επιτρέπει να εκτονώνονται τα επιπλέον αέρια που ελευθερώνονται από τον φρεσκοκαβουρδισμένο και φρεσκοαλεσμένο καφέ. Το design των συσκευασιών, ανέλαβε η διαφημιστική FLYBEE. Η γραφιστική προσέγγιση παραπέμπει στο φρέσκο και ξεχωριστό. Η απλότητα και «καθαρότητα» της συσκευασίας διευκολύνει την άμεση μετάδοση της χρήσιμης πληροφορίας στο κοινό του.



Σταύρος Καλαφάτης, Product Manager,
Attica Terra Food and Drinks

Real Nature's Food

ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗΣ ΩΜΗΣ
ΤΡΟΦΗΣ B.A.R.F. ΓΙΑ ΣΚΥΛΟΥΣ ΣΕ ΜΠΙΦΤΕΚΙ-
ΠΡΟΪΟΝ ΒΑΘΙΑΣ ΚΑΤΑΨΥΞΗΣ

BRONZE

Η Nature's food είναι ελληνική εταιρεία που φτιάχνει ωμή κατεψυγμένη τροφή για σκύλους (B.A.R.F.) και αποξηραμένες λικουδιές, πιστοποιημένη με ISO & HACCP. Η αγορά της διατροφής B.A.R.F. στην Ελλάδα είναι ακόμη μικρή και οι πρώτες εταιρείες χρησιμοποιούν ως βασικό όχημα την τροφή χωρίς επένδυση στη συσκευασία, πουλώντας απευθείας στον καταναλωτή, οπότε του δίνουν πρόσθετες πληροφορίες.

Οι τροφές της Nature's Food τοποθετήθηκαν σε pet shops και άλλα σημεία λιανικής συσκευασμένα και μεριδοποιημένα, μέσα σε καταψύκτη της εταιρείας. Επιλέχθηκε πλαστικό σκαφίδιο PP, ειδικό για τρόφιμο & κατάψυξη με φίλμ easy reeling και σωστό φραγμό στο κλείσιμο. Ο καταναλωτής μπορεί να ανοίξει το προϊόν, να αφαιρέσει την ποσότητα που επιθυμεί (συσκευασία 1 kg με 20 μπιφτέκια), να ξεπαγώσει όσα χρειάζεται βάζοντας πάλι το σκαφίδιο στην κατάψυξη.

Για να επικοινωνήσει η εταιρεία σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τη φυσική αυτή τροφή και να εμπνεύσει εμπιστοσύνη, «φόρεσε» στο σκαφίδιο μανίκι (ανακυκλωμένο χαρτί 400 gr), με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σε κείμενο, εικόνα και εικονίδια. Το αποτέλεσμα είναι σημαντικό μετρήσιμο από τις πωλήσεις του προϊόντος και τα σχόλια αυτών που επέλεξαν το προϊόν για τον σκύλο τους με βάση τη συσκευασία.



Κωνσταντίνος Δουμούρας, Ιδιοκτήτης &
Άγγελος Δεστούνης, Assistant Manager, Real
Nature's Food

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ ΗΛΙΟΣ - ΠΑΝ. ΣΠ. ΔΑΚΟΣ ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΗΛΙΟΣ ΤΑΛΙΑΤΕΛΕΣ ΧΩΡΙΣ ΓΛΟΥΤΕΝΗ

BRONZE

Η Βιομηχανία Ζυμαρικών ΗΛΙΟΣ εδώ και 85 χρόνια προσφέρει στην αγορά ποιοτικά ζυμαρικά, εμπλουτίζοντας διαρκώς την ποικιλία των προϊόντων της, ακολουθώντας τις παγκόσμιες τάσεις της διατροφής.

Με στόχο να εμπλουτίσουν τις επιλογές τους οι άνθρωποι με δυσανεξία στη γλουτένη, το 2008 η βιομηχανία έφερε στην αγορά ζυμαρικά χωρίς γλουτένη, ενώ το 2016 λάνσαρε με δική της επωνυμία τα ζυμαρικά ΗΛΙΟΣ χωρίς γλουτένη, παρασκευασμένα από εκλεκτό καλαμπόκι και ρύζι, μη γενετικά τροποποιημένα, σε μονάδα παραγωγής που διαχειρίζεται αποκλειστικά προϊόντα χωρίς γλουτένη. Η συσκευασία που επιλέχθηκε είναι εύκαμπτη, ιδιαίτερα ανθεκτική, με διαφανές παράθυρο, 100% ανακυκλώσιμη, ενώ ο τετράγωνος πάτος τη βοηθά να στέκεται όρθια στο ράφι, ώστε ο καταναλωτής να την ξεχωρίζει. Έχει καθαρή ταυτότητα, σε φωτεινό πράσινο και ζεστό κίτρινο χρώμα (εμπνευσμένο από τα χρώματα του καρπού του καλαμποκιού και του ρυζιού).

Η φωτογραφία με καλαμπόκι και ρύζι υπενθυμίζει τις πρώτες ύλες από τις οποίες παρασκευάζονται τα ζυμαρικά της σειράς. Η χειρόγραφη γραμματοσειρά για το μήνυμα «χωρίς γλουτένη» δίνει την εντύπωση του φυσικού και παραδοσιακού. Το εικαστικό δημιούργησε το brand agency «Επικοινωνείν».



Αθανασία Δάκου, Εμπορική Διευθύντρια, Βιομηχανία
Ζυμαρικών Ηλίου
& Αθανάσιος Παπαγιάννης, Creative Director,
Επικοινωνείν



PACKAGING OF NEW PRODUCTS LAUNCHED IN THE GREEK MARKET

AWARDS '17
Packaging
INNOVATION



Ιωάννης Μισούλης, Marketing Manager,
Barilla Hellas

BARILLA HELLAS ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ MISKO ΧΡΥΣΗ ΣΕΙΡΑ **SILVER**

Η Χρυσή Σειρά της Misko είναι καινούργια σειρά ζυμαρικών για την αγορά αλλά και για τη Misko, η οποία διαφοροποιείται από τη βασική σειρά (με το φούζια χρώμα). Παράγεται από μία μόνο ποικιλία σιταριού, την πλέον premium της αγοράς, τη Σβέβο. Το αποτέλεσμα είναι ένα ποιοτικό προϊόν, που κάνει ξεκάθαρη διαφορά στο μαγειρεμένο ζυμαρικό, λόγω της υψηλής ποσότητας πρωτεϊνών που απελευθερώνει. Έτσι, δίνει αξία σε μία κατηγορία που θεωρείται αρκετά commoditized, μέσω της διαφοροποίησης της ποιότητας. Βασική στρατηγική για τη συσκευασία του προϊόντος είναι να αναδείξει το premiumness και την αξία του. Αυτή η προστιθέμενη αξία προσδίδεται στο νέο προϊόν με το υλικό που χρησιμοποιήθηκε και είναι γυαλιστερό, όπως και η βασική σειρά της Misko. Χρησιμοποιήθηκε, όμως, ένα ειδικό χρυσό χρώμα ως background, το οποίο φτιάχτηκε μόνο για την Misko από τον εκτυπωτή (δεν είναι ranitone) και αναδεικνύεται στην μπροστινή όψη του πακέτου. Πάνω από το λογότυπο έχει χρησιμοποιηθεί matt varnish, κάνοντάς το ακόμα πιο γυαλιστερό. Ως προς το design της συσκευασίας, είναι το μοναδικό ζυμαρικό της κατηγορίας που έχει κάθετη απεικόνιση των στοιχείων στα μακριά ζυμαρικά.



Σμάρω Πολίτη, Creative Director,
mediterr - mastihashop

Mediterra - mastihashop ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ MASTIHASHOP - ΤΣΑΙ ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΕ ΜΑΣΤΙΧΑ & ΤΣΑΙ ΜΑΥΡΟ ΜΕ ΜΑΣΤΙΧΑ **SILVER**

Ο σχεδιασμός και το concept αυτής της σειράς για τα mastihashop δημιουργήθηκε από την ανάγκη ύπαρξης private label προϊόντος στα καταστήματα, που να ακολουθεί τη στρατηγική και το design mastihashop. Επιλέχθηκε το προϊόν/περιεχόμενο υψηλής ποιότητας και δημιουργήθηκε η ανάγκη συσκευασίας. Το τσάι δεν παραγόταν σε τεράστιες ποσότητες, γι' αυτό αναζητήθηκε μια συμφέρουσα λύση, οικονομικά και παραγωγικά. Επιλέχθηκε μια έτοιμη craft σακούλα, με ιδιαίτερο σχήμα και μέγεθος (dogpack), που δεν περιορίζει τις παραγγελίες με συγκεκριμένες ποσότητες, με κλείσιμο zip στο επάνω μέρος για διατήρηση του προϊόντος μετά το άνοιγμα. Για την ετικέτα επιλέχθηκε ένα ματ διαφανές αυτοκόλλητο με τα διακοσμητικά μοτίβα της μακέτας σε συνδυασμό διαφάνειας και χρώματος, έτσι ώστε να ενσωματωθεί η ετικέτα με το σακουλάκι και να δίνει την εντύπωση μιας ενιαίας συσκευασίας. Η ετικέτα έχει μια μοντέρνα απόδοση ενός παραδοσιακού κεντήματος και η διαφορά μεταξύ των δύο προϊόντων είναι ευδιάκριτη (μαύρο - πράσινο, για το μαύρο και πράσινο τσάι). Το craft χαρτί και η συσκευασία μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν και είναι φιλικά προς το περιβάλλον.



Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΑΛΦΑ WEISS, UPSIDE-DOWN CAN **SILVER**

Η ALFA, διαπιστώνοντας το 2014 ότι αυξανόταν η ζήτηση της μπίρας Weiss, δημιούργησε την ελληνική πρόταση ALFA Weiss σε φιάλη 500 ml εκπαιδεύοντας τους καταναλωτές στο σωστό τελετουργικό αυτού του τύπου μπίρας. Οι μπίρες Weiss εκτιμώνται ιδιαίτερα από τους Έλληνες καταναλωτές, ειδικά από την νεότερη ηλικιακή ομάδα, και θεωρούνται υψηλής ποιότητας. Καθώς η μπίρα εδραιώθηκε στην αγορά για κατανάλωση μέσα και έξω από το σπίτι, δημιουργήθηκε η ανάγκη για νέες μορφές συσκευασίας. Τότε η ALFA πρότεινε την Weiss Upside-Down Can σε ένα «τελετουργικό» στο κουτί. Κατά την αγορά ενός κουτιού, οι καταναλωτές συνήθως πίνουν άμεσα από αυτό. Αυτό σημαίνει ότι εάν ο καταναλωτής δεν κουνήσει το δοχείο, η ζύμη της μπίρας θα παραμείνει στο κάτω μέρος επηρεάζοντας τη γεύση και το άρωμά της. Έτσι, βάζει το καπάκι στο κάτω μέρος του δοχείου, αντί για το πάνω μέρος. Ο καταναλωτής αγοράζει το κουτί και διαβάζει την ετικέτα, αλλά για να πιει (ή να σερβίρει) πρέπει να γυρίσει το κουτί ανάποδα, με αποτέλεσμα η ζύμη να αφυπνίζεται!



Ιωάννα Στρουμνή, Brand Manager, Alfa

ΠΛΑΣΤΙΜΑΚ ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΠΙΠΕΡΙΩΝ BRAND LABEL ΣΕ DOYRPACK ΜΕ ZIPPER **SILVER**

Πρόκειται για αδιαφανή συσκευασία doyrpac με precut και zipper για αντιραστή (νίκλες-πιπεριές) σε άλμη. Στόχος της εταιρείας είναι η διαφοροποίηση μέσω της συσκευασίας, αφού σε triplex υλικό δεν υπάρχει κάτι ανάλογο. Απαίτηση η μέγιστη διατηρησιμότητα, διότι το συσκευασμένο προϊόν παστεριώνεται. Η συσκευασία έπρεπε να αντεπεξέλθει στην επιθετικότητα του προϊόντος λόγω πολύ χαμηλού pH (=3), στις συνθήκες σακουλοποίησης, με κίνδυνο το "σπάσιμο της μελάνης" στο σημείο τοποθέτησης του zipper (λόγω εφαρμογής υψηλής θερμοκρασίας) και στις συνθήκες παστερίωσης (83°C για ~30min) που υποβλήθηκε το συσκευασμένο τρόφιμο. Η συγκεκριμένη συσκευασία αποφέρει στην εταιρία στρατηγικής σημασίας μείωση κόστους, αλλά και περιβαλλοντικού πλεονεκτήματος. Μέχρι σήμερα η συντριπτική πλειοψηφία ανάλογων συσκευασιών είναι το γυάλινο βάζο και ακολουθεί σε μικρότερο ποσοστό ο πλαστικός περιέκτης (σκαφάκι ή tray), με σημαντική οικονομική επιβάρυνση και πρόσθετο περιβαλλοντικό αποτύπωμα.



Δημήτριος Γεμεντζής, Πρόεδρος Δ.Σ. &
Διευθύνων Σύμβουλος, ΠΛΑΣΤΙΜΑΚ



PACKAGING OF NEW PRODUCTS LAUNCHED IN THE GREEK MARKET

AWARDS '17
Packaging
INNOVATION



Ανάνιας Αρβανιτιδής, Δ/νων Σύμβουλος,
PressiousArvanitidis

PressiousArvanitidis & Nespresso DISPLAY PROMOTIONAL PACKAGING FREDDO NESPRESSO

GOLD

Η ανάγκη της Nespresso που ήρθε να καλύψει η PressiousArvanitidis ήταν ο σχεδιασμός και η παραγωγή ενός υλικού συσκευασίας στο οποίο θα γινόταν η παρουσίαση του νέου προϊόντος της. Το προϊόν (κρύος καφές - Freddo) είχε μεγάλη σημασία για την εταιρεία, καθώς επρόκειτο για ελληνική ιδέα, η οποία κυκλοφόρησε για πρώτη φορά στην ελληνική και διεθνή αγορά. Ζητούμενο ήταν να αναδειχθεί και το ελληνικό στοιχείο.

Τα υλικά που συσκευάστηκαν ήταν: 2 κουτιά καφέ Fresso με 2 διαφορετικές ποικιλίες καφέ, ένα mug για το χτύπημα του καφέ και 2 μεγάλα ποτήρια. Για τη συσκευασία των παραπάνω επελέγησαν το λευκό και το μπλε χρώμα, τα οποία παραπέμπουν στα χρώματα της Ελλάδας, ενώ για το εικαστικό της συσκευασίας αξιοποιήθηκαν τα visualizers του εικαστικού των 2 συσκευασιών καφέ.

Η συσκευασία που σχεδιάστηκε είναι υψηλής αισθητικής και ικανή να στηρίζει τα προϊόντα που περιέχει, ώστε να μένουν σταθερά σε όλη τη διαδικασία της μεταφοράς τους.

Η συσκευασία είναι χειροποίητη!

Μπάρμπα Στάθης

ΣΑΛΑΤΑ ΕΥΕΞΙΑ ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ΦΥΣΙΚΑ

GOLD

Πρόκειται για ένα καινοτόμο προϊόν, μοναδικό στην κατηγορία του, το οποίο συμπληρώνει τη γκάμα σαλατών Μπάρμπα Στάθης. Ο Μπάρμπα Στάθης κυκλοφορεί στην ελληνική αγορά μια συσκευασία δύο περιεκτών και συγκεκριμένα περιέκτη εντός περιέκτη, όπου ο πρώτος περιέχει τα επί μέρους λαχανικά (μαρούλι, βαλεριάνα κ.λπ.) και ο δεύτερος το μείγμα των ξηρών καρπών και φρούτων. Ο συγκεκριμένος συνδυασμός των συστατικών αποτυπώνει τη βασική αρχή της εταιρείας που είναι η παραγωγή προϊόντων βέλτιστης ποιότητας και μέγιστης ασφάλειας, ενώ αποτελεί έναν γευστικό πλουραλισμό συστατικών, υψηλής διατροφικής αξίας. Έχει αντιοξειδωτική δράση λόγω της υψηλής περιεκτικότητάς του σε μαγγάνιο, το οποίο συμβάλλει στην προστασία των κυττάρων από το οξειδωτικό στρες, στο πλαίσιο της ποικίλης και ισορροπημένης διατροφής.

Η καινοτομία του έγκειται στο γεγονός ότι μέσα στον πρωτογενή περιέκτη υπάρχει ο δεύτερος περιέκτης, ο οποίος περιέχει το μείγμα των ξηρών καρπών και φρούτων. Με αυτό τον τρόπο γίνεται εφικτή η συσκευασία συστατικών υψηλής υγρασίας (λαχανικών), με προϊόντα χαμηλής υγρασίας (ξηροί καρποί, αποξηραμένα φρούτα), διασφαλίζοντας τη διατήρηση των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών και των δύο ομάδων συστατικών.



Χρήστος Μουρτζιόπουλος, Quality Assurance
Manager & Ελευθερία Καμπά, Group Brand
Manager, Μπάρμπα Στάθης

PACKAGING OF PRODUCTS LAUNCHED IN A NEW INTERNATIONAL MARKET

ΕΨΑ

ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ PET 330ML

GOLD

Η σχέση της ΕΨΑ με την πλαστική φιάλη PET ήταν πάντα μια σχέση αγάπης και μίσους. Η τάση της αγοράς για πρακτική συσκευασία από τη μια, η απόλυτη προσήλωσή της ΕΨΑ στο γαλινο παραδοσιακό μπουκάλι, από την άλλη, τη φέρνουν στο μεγάλο δίλημμα. Οι τελικές δοκιμές έχουν στεφθεί, επιτέλους, με επιτυχία και στις αρχές του 2017 κυκλοφορεί το πλαστικό μπουκάλι PET 330ml από την ΕΨΑ, διατηρώντας το DNA της εταιρείας.

Το κοινό του είναι οι νέοι, που καταναλώνουν λευκά αναψυκτικά σε διάφορες φάσεις της ημέρας. Τους ενδιαφέρει να είναι on the move, να μπορούν να έχουν το αναψυκτικό μαζί τους όπου βρεθούν. Τα πλαστικά μπουκαλάκια τους βολεύουν. Η νέα συσκευασία ΕΨΑ PET 330ml πετυχαίνει να είναι ανθεκτική, πρακτική, μοντέρνα με ευκολία στη χρήση και κατανάλωση εν κινήσει. Το υλικό της είναι πλήρως ανακυκλώσιμο και έχει βιδαρό πώμα που ανοίγει και ξανακλείνει εύκολα. Καταφέρνει να ενδυναμώσει τη μικρή λιανική (περίπτερο, mini market). Έχει ενιαίο branding, καθώς η φιάλη PET είναι πανομοιότυπη με το χαρακτηριστικό γαλινο μπουκάλι της, με συμπαγή πρόταση στο ράφι που ενισχύει το visibility της μάρκας.



Μιχάλης Τσαούτος, Γενικός Διευθυντής, ΕΨΑ



AgrecoFarms

POP ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΕΜΠΝΕΥΣΜΕΝΕΣ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΛΑΪΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

GOLD

Η παραδοσιακή φάρμα της Grecotel "Agreco" στο Άδελφ Κρήτης δημιούργησε μια πολύτιμη συλλογή από μοναδικά ελληνικά προϊόντα μπάνιου & σώματος, εμπνευσμένα από τη μυθική φύση της άγριας Κρήτης, καθώς και γαστρονομικά προϊόντα που κρύβουν τον πλούτο και την αφθονία της ελληνικής γης. Δόθηκε μεγάλη έμφαση στον σχεδιασμό των συσκευασιών, ώστε να αναδείξουν σωστά τον χαρακτήρα των προϊόντων. Χρησιμοποιήθηκαν χρώματα από το ελληνικό καλοκαίρι, μπλε του ουρανού και της θάλασσας, έντονα χρώματα από τα λουλούδια της περιοχής την άνοιξη ή εμπνευσμένα από παραδοσιακά κεντήματα, που σε ταξιδεύουν στην παράδοση μέσα από μία μοντέρνα απόδοση, αναδεικνύοντας το πώς η λαϊκή τέχνη παραμένει πάντα σύγχρονη.

Τα προϊόντα απευθύνονται στην ελληνική αγορά και στους επισκέπτες της χώρας και διανέμονται με εξαιρετική επιτυχία από τα Agreco shop in shop, το eshop AgrecoFarms, ενώ στα Duty Free των ελληνικών αεροδρομίων βρίσκονται ανάμεσα στα best seller (μέλι και τσικουδιά είναι Νο 1 σε πωλήσεις).



Αθανάσιος Καραμπέτσος, Graphic Designer,
Agrecofarms



PACKAGING OF PRODUCTS LAUNCHED IN A NEW INTERNATIONAL MARKET



Μάρθα Κοσκινίδου, Αντιπρόεδρος, Στυλ. Σ. Κοσκινίδης

ΣΤΥΛ. Σ. ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ RCT (ROUND CORNER TUBE) GOLD

Το όνομα της συσκευασίας είναι ουσιαστικά το σχήμα της, RCT (Round Corner Tube). Στην προσπάθεια να κατασκευαστεί μια συσκευασία που να συνδυάζει την ασφάλεια του περιεχομένου, το design και τη σωστή απόδοση χρωμάτων και επεξεργασιών, δημιουργήθηκε το RCT (patent: No 1006026) από την εταιρεία Κοσκινίδη, με πρωτότυπο σχήμα και premium εμφάνιση.

Κατασκευάζεται από πλήρως ανακυκλώσιμα υλικά. Ο κορμός της αποτελείται από 100% ανακυκλωμένο χαρτόνι. Είναι 2 επιφάνειες χαρτονιού κολλημένες μεταξύ τους, όπου με τη βοήθεια ειδικού θερμαινόμενου κυλίνδρου μορφοποιείται και παίρνει το μοναδικό σχήμα: τετράγωνο με καμπύλες.

Ο πάτος και το καπάκι της συσκευασίας είναι κατασκευασμένα από Pet σχεδιασμένο με ειδικές εσοχές, που προσδίδουν στη συσκευασία ανθεκτικότητα κατά τη μεταφορά του προϊόντος. Ο πάτος είναι σταθερά κολλημένος πάνω στο χάρτινο μέρος της συσκευασίας και το καπάκι εφαρμόζει και ασφαλίσει με μεγάλη ευκολία στο επάνω μέρος αυτής. Το εξωτερικό χαρτόνι είναι τυπωμένο με offset και staccato ράστερ, με μελάνια και βερνίκια "low migration" (χαμηλής μετανάστευσης).

PACKAGING THAT SAVES FOOD

Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΝΕΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΑΛΦΑ WEISS, UPSIDE-DOWN CAN BRONZE

Η ALFA, διαπιστώνοντας το 2014 ότι αυξανόταν η ζήτηση της μπίρας Weiss, δημιούργησε την ελληνική πρόταση ALFA Weiss σε φιάλη 500 ml, εκπαιδεύοντας τους καταναλωτές στο σωστό τελετουργικό αυτού του τύπου μπίρας. Οι μπίρες Weiss εκτιμώνται ιδιαίτερα από τους Έλληνες καταναλωτές, ειδικά από την νεότερη ηλικιακή ομάδα, και θεωρούνται υψηλής ποιότητας. Καθώς η μπίρα εδραιώθηκε στην αγορά για κατανάλωση μέσα και έξω από το σπίτι, δημιουργήθηκε η ανάγκη για νέες μορφές συσκευασίας. Τότε η ALFA πρότεινε την Weiss Upside-Down Can σε ένα «τελετουργικό» στο κουτί.

Κατά την αγορά ενός κουτιού, οι καταναλωτές συνήθως πίνουν άμεσα από αυτό. Αυτό σημαίνει ότι εάν ο καταναλωτής δεν κουνήσει το δοχείο, η ζύμη της μπίρας θα παραμείνει στο κάτω μέρος επηρεάζοντας τη γεύση και το άρωμά της. Έτσι, βάζει το καπάκι στο κάτω μέρος του δοχείου, αντί για το πάνω μέρος. Ο καταναλωτής αγοράζει το κουτί και διαβάζει την ετικέτα, αλλά για να πιει (ή να σερβίρει) πρέπει να γυρίσει το κουτί ανάποδα, με αποτέλεσμα η ζύμη να αφυπνίζεται!



Θεόδωρος Γκανάσιος, Marketing Trainee Assistant, Αθηναϊκή Ζυθοποιία

PACKAGING THAT SAVES FOOD

EUROCATERING

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΦΡΕΣΚΟΥΛΗΣ: ΦΡΕΣΚΑ ΜΥΡΩΔΙΚΑ
ΣΕ ΕΠΑΝΑΚΛΕΙΟΜΕΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

BRONZE

Όραμα της Eurocatering είναι να φέρνει υγεία στο τραπέζι του κόσμου, αποτελώντας την πρώτη και καλύτερη πηγή οπωροκηπευτικών ανώτερης ποιότητας στην Ελλάδα. Τα Φρέσκα Μυρωδικά Φρεσκούλης αποτελούν τη νέα πρωτοποριακή σειρά της εταιρείας που αντανάκλα ξεκάθαρα αυτή τη φιλοσοφία. Η ιδέα, από τη σύλληψή της έως τη συσκευασία της, αποτελεί μία καινοτομία, καθώς είναι η πρώτη φορά που διατίθενται στην ελληνική αγορά φρέσκα μυρωδικά χωρίς κοτσάνια σε επανακλειόμενη συσκευασία, που ξεχωρίζει για την πρωτοτυπία και την πρακτικότητά της. Αποτελείται από τρία μέρη: anti-mist φιλμ υλικού PP, περιέκτη υλικού PET, αυτοκόλλητη ετικέτα. Κάθε στοιχείο της είναι απολύτως κατάλληλο για φύλαξη τροφίμων και 100% ανακυκλώσιμο.

Η συγκεκριμένη συσκευασία χαρακτηρίζεται από τον καινοτόμο σχεδιασμό για εύκολο άνοιγμα-κλείσιμο, προκειμένου να διατηρούνται αναλλοίωτα τα ευεργετικά χαρακτηριστικά των φρέσκων μυρωδικών (μαϊντανός, σέλινο, βασιλικός, άνηθος, ήμερη ρόκα και δυόσμος) και κάθε φορά να χρησιμοποιείται από το περιεχόμενο ακριβώς όση ποσότητα είναι απαραίτητη. Επιπρόσθετα, η k2design, που σχεδίασε το εικαστικό, φρόντισε να προσφέρει διαφάνεια, ώστε οι καταναλωτές να βλέπουν το προϊόν που επιλέγουν.

2YOLK

ΟΛΕΟ ΦΥΣΙΚΟ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ
SILVER

Το ΟΛΕΟ είναι ένα φυσικό συμπλήρωμα διατροφής από 100% βιολογικό εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, του οποίου η υψηλή περιεκτικότητα σε φαινόλες το καθιστά άριστο αντιοξειδωτικό, που συμβάλλει στην ομαλή καρδιαγγειακή λειτουργία. Το προϊόν, που περιέχει ελαιόλαδο από τους ελαιώνες της Αρχαίας Ολυμπίας, απέσπασε τις απαραίτητες ευρωπαϊκές πιστοποιήσεις και στόχευσε στις αγορές της Βόρειας Ευρώπης. Η κυκλοφορία του στις συγκεκριμένες αγορές στάθηκε σημείο αναφοράς για τον σχεδιασμό του. Δανείστηκε τη λιτή, αφαιρετική λογική του σκανδιναβικού design, που ταυτίζεται απόλυτα με τον αγνό, ανόθευτο, 100% φυτικό χαρακτήρα του προϊόντος. Ως καινοτόμο διατροφικό συμπλήρωμα, το branding του ΟΛΕΟ απέφυγε τους κώδικες των συσκευασιών ελαιόλαδων διατροφής. Αναδεικνύει με σαφήνεια τους ισχυρισμούς υγείας, την ελληνική προέλευσή του από τους ελαιώνες της Αρχαίας Ολυμπίας και αποτελεί ένα από τα πρώτα ελληνικά προϊόντα που ακολουθεί το παγκοσμίως ανερχόμενο καταναλωτικό ρεύμα «food is the new medicine». Η φυσική σύνθεσή του αναδείχθηκε από τα γήινα χρώματα του κουτιού, το τραχύ οικολογικό χαρτόνι και την ανάγλυφη τυπογραφία.



Γεώργιος Καραγιάννης, Founding Creative Partner & Εμμανουέλλα Μπισσαδάκη, Founding Managing Director, 2YOLK



PACKAGING THAT SAVES FOOD

GLASS / PAPER / FLEXIBLE PLASTIC PACK

Μπάρμπα Στάθης

ΝΕΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ PIZZA ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΥΣΗ ΖΥΜΗ

SILVER

Πρόκειται για τον επανασχεδιασμό μίας ολόκληρης προϊόντικής κατηγορίας, με στόχο τη συνολική αναβάθμιση της υπάρχουσας πρότασης προς τον καταναλωτή, μέσα από ριζικές αλλαγές τόσο στο ίδιο το προϊόν, όσο και στη συσκευασία του. Η ανάγκη να αποτυπωθεί όλη η «αλήθεια» για το νέο αυτό προϊόν σε μία συσκευασία, που θα του προσδώσει ακόμη μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία, οδήγησε την εταιρεία να κινηθεί σε δύο σημαντικούς πυλώνες:

1. Σχεδιάστηκε εκ νέου το προϊόν χρησιμοποιώντας αρμονικά half tones (rasters) της τετραχρωμίας και απεικονίστηκαν περιμετρικά της πίτσας σκιές που δίνουν «τριδιάστατη» προσέγγιση. Η «αλήθεια» του προϊόντος δίνεται με ρεαλιστική απεικόνιση, που δεν το εξιδανικεύει, αλλά αναδεικνύει την πραγματική αξία του, που τεκμηριώνει τα ουσιαστικά συστατικά του (ζυμάρι ζυμωμένο με εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, σάλτσα τομάτας με βότανα και μυρωδικά κ.λπ.).
2. Από μια εύκαμπτη πολυολεφίνη η εταιρεία πέρασε σε μικτή συσκευασία, η οποία αποτελείται από χάρτινο περίεκτη, όπου με τις κατάλληλες τεχνικές αποδόθηκε το σύνολο της δουλειάς χωρίς το παραμικρό "missing dot", μέσα στον οποίο συσκευάστηκαν τα δύο τεμάχια, διαχωρισμένα με μια ποιοτικά ανώτερη πολυολεφίνη, ώστε να μην υπάρξει η παραμικρή περίπτωση να «κολλήσουν» μεταξύ τους από κάποια απειροελάχιστη θερμοκρασιακή αυξομειώση στην ψυκτική αλυσίδα και άρα να αναγκαστεί ο καταναλωτής να τα διαχωρίσει.

ABC Design - Frezyderm

AC-NORM FREZYDERM

SILVER

Η δημιουργική ιδέα της νέας σειράς της Frezyderm (για την αντιμετώπιση συμπτωμάτων ήπιας, μέτριας και σοβαρής ακμής) βασίστηκε στην ανάγκη των εφήβων να απενοχοποιήσουν την ακμή, έχοντας μοντέρνα προϊόντα που αισθητικά ταιριάζουν με το σημερινό life style και όχι προϊόντα με αυστηρό φαρμακευτικό design που τους υπενθυμίζουν ότι η ακμή είναι πρόβλημα.

Με βασικό χρώμα το unisex μαύρο στο κουτί και στον περιέκτη, χρησιμοποιήθηκε ένα μοντέρνο σχέδιο, ως key visual της σειράς, με έναν κύκλο και ένα ιδιαίτερα πρωτότυπο σε σχεδιασμό βελάκι που παραπέμπει στη στοχευμένη δράση. Για τον τίτλο κάθε προϊόντος επιλέχθηκε καθαρή, στρογγυλεμένη γραμματοσειρά σε κάθετη γραφή, με μεγάλα, πεζά, γράμματα που προσδίδουν μοντέρνο και νεανικό χαρακτήρα.

Για τους περιέκτες έγινε επιλογή κυλινδρικών σχημάτων χωρίς αιχμηρές γωνίες. Οι κρέμες είναι σε ιδιαίτερα πρωτότυπα airless με διάφανο κύλινδρο - βάση και εσωτερικά μαύρο σωλήνα. Επίσης, υπάρχει καθαριστικό προϊόν με πρακτική αφροαντλία, καθώς και λοσιόν που διαθέτουν αντλία pumpet και ενσωματωμένο καπάκι για εύκολη χρήση με το ένα χέρι.

Τέλος, τα κουτιά έχουν πρωτότυπο στρογγυλό σχήμα, πατενταρισμένο από την Frezyderm, σε μαύρο χρώμα με γυαλιστερή πλαστικοποίηση και ένα επιπλέον χρώμα από τον χρωματικό κώδικα για το κάθε προϊόν.



Μάχη Κακαβά, Διευθύνουσα Σύμβουλος, ABC Design & Ευθύμιος Αναστασίου, Διευθύνων Σύμβουλος - Αντιπρόεδρος, Frezyderm

GLASS / PAPER / FLEXIBLE PLASTIC PACK

2YOLK

SCANDAL BY STELIOS PARLIAROS REBRANDING

BRONZE

Μετά από 3 χρόνια επιτυχημένης συνεργασίας με τον Στέλιο Παρλιάρη, η premium σειρά παγωτών SCANDAL που φέρει την υπογραφή του έπρεπε να ανανεωθεί. Η ΕΛΛΑΪΣ Unilever στόχευσε σε ένα rebranding που θα εκσυγχρόνιζε το brand και θα κέρδιζε εκ νέου το ενδιαφέρον των καταναλωτών, θα επιβεβαίωνε την υπεροχή του προϊόντος που φέρει την υπογραφή ενός διακεκριμένου Έλληνα ζαχαροπλάστη και θα διαφοροποιούσε ουσιαστικά τη σειρά από την πιο οικονομική SCANDAL. Η 2yolk αποφάσισε πως η μοναδικότητα των SCANDAL By Stelios Parliaros θα αναδειχθεί βάζοντας το brand στον τόπο της δημιουργίας του: στο εργαστήριο του γνωστού patissier. Εκεί που αναδεικνύεται η δεξιοτεχνία του δημιουργού αλλά και τα εκλεκτά υλικά που κάνουν τη γεύση των παγωτών τόσο ξεχωριστή. Οι νέες συσκευασίες γέμισαν από τα εκλεκτά επιδόρπια, που αποτελούν την έμπνευση για τη δημιουργία των παγωτών. Εκεί, στο ημίφως του εργαστηρίου, η ατμόσφαιρα αιχμαλωτίζει κάτι από την «ιερή» απομόνωση κάθε δημιουργού, τις στιγμές που αναμετρείται με την έμπνευση. Οι φωτογραφίες παραπέμπουν στο chiaroscuro των αναγεννησιακών έργων νεκρής φύσης και το μαύρο χρώμα συνδέει άμεσα το προϊόν με το «προσωπικό» branding του Στέλιου Παρλιάρη, ο οποίος οικειοποιείται μαύρους ή σκούρους τόνους στα καταστήματά του και τις εμφανίσεις του.

A. Hatzopoulos

POWER GEL - STICK PACK

GOLD

Πρόκειται για μια τετραπλή δομή με PET+ALU+OPA+PE και laser scoring και το προϊόν που συσκευάζεται με το συγκεκριμένο εύκαμπτο υλικό είναι ένα energy gel σε μορφή stick με καινοτόμο, εργονομικό σχήμα. Το gel παράγεται από τον πελάτη σε διάφορες συνταγές και γεύσεις, χωρίς πρόσθετα συντηρητικά, συσκευάζεται ζεστό, μαζί με τη συσκευασία του περνά από συγκεκριμένη διαδικασία παστερίωσης και καταναλώνεται από αθλητές κατά την προπόνηση ή στη διάρκεια των αγώνων. Πρόκειται για υλικό συσκευασίας με ιδιότητες υψηλού φραγμού (high barrier), που προστατεύει άριστα το προϊόν ενάντια σε υγρασία, οξυγόνο και αρώματα, ικανοποιώντας την απαίτηση του πελάτη για μακράς διάρκειας συντήρηση. Παράλληλα, όλη η συσκευασία (υλικά, μελάνια και κόλλες) είναι σχεδιασμένη με τέτοιο τρόπο, ώστε να αντέχει στο ζεστό γέμισμα (hot filling) και τις συνθήκες παραγωγής και παστερίωσης του πελάτη (μέχρι 95°C για 10'). Συγχρόνως παραμένει άρτιο κατά τη μεταφορά της συσκευασίας, όπου διανέμεται και εξάγεται το προϊόν, και αποδεδειγμένα αντέχει και την καταπόνηση της τελικής συσκευασίας από τον αθλητή που μεταφέρει επάνω του το stick κατά τον αγώνα (π.χ. ποδηλάτες).



Θεόδωρος Ζωντανός, Γενικός Διευθυντής, A. Hatzopoulos



Γεώργιος Καραγιάννης, Founding Creative Partner & Εμμανουέλλα Μπισσαζάκη, Founding Managing Director, 2YOLK



DISPLAY - PROMOTIONAL PACKAGING POINT OF SALE



Νίκος Παλαιολόγος, Creative Director,
BRANDHOUSE

THE BRANDHOUSE

PROMO PACKAGING - LE PETIT CIRQUE -
WINE TRILOGY 187ml

SILVER

Το ζητούμενο της Winery Monsieur Nicolas και του Οινοποιού Γιώργου Καραμήτρου ήταν η προώθηση πωλήσεων της νέας σειράς ατομικών κρασιών (187ml) Le Petit Cirque, για τα κανάλια διανομής όπως κάβες, specialty food stores και super markets. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ένα triple set promo pack με on pack promo gift και ένα display stand. Για το set των 3 τμχ. σχεδιάστηκε ένα πρωτότυπο κουτί, στο οποίο εξελίσσεται περιβάλλον του τσίρκου με illustrated στοιχεία, όπως η κλασική τέντα, τα ακροβατικά σχοινιά, ένα αερόστατο, λάβαρα κ.λπ. Όλα αποτελούν πρωτότυπα έργα εμπνευσμένα από το παρελθόν, που αποδίδονται με vintage αισθητική σε minimal διάσταση. Το κεντρικό μήνυμα της καμπάνιας (Spread the Cheer) παρουσιάζεται στη μία όψη του κουτιού για να επικοινωνήσει το συνολικό concept στο ράφι, ενώ από την άλλη (που λειτουργεί ως δεύτερη όψη) αποτυπώνεται το όνομα και τα βασικά χαρακτηριστικά των κρασιών. Με το ίδιο σκεπτικό σχεδιάστηκαν, επίσης, μια σειρά από σουβέρ, τα οποία περιλαμβάνονται στη συσκευασία ως on pack promo gift. Στην ίδια λογική σχεδιάστηκε και το display stand 12 τμχ.

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ THEBRANDHOUSE

Κατερίνα Τσενεμπί, Founder - Brand
Strategist

Νίκος Παλαιολόγος, Creative Director
Κωστής Σωτηράκος, Art Director
Γιώργος Τσεριώνης, Illustrator

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ - ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Εκτύπωση κουτιού 3 τμχ. &
Sous Verres: Fotolio Typicon.
Εκτύπωση Display Stand:
Harris Pack

GLASS / PAPER / FLEXIBLE PLASTIC PACK

CHILLBOX

CHILLBOX...PROMOTION ON A BOX!

GOLD

Η Chillbox δημιουργήθηκε από την αρχή βασισμένη σε ένα πολύ ιδιαίτερο concept το οποίο είναι «όλα στον κύβο»! Με βάση το εξαιρετικής ποιότητας προϊόν (frozen yogurt), το κατάστημα έγινε με απλότητα και μινιμαλισμό, με απλές γραμμές που θυμίζουν το σχήμα του τετραγώνου, αλλά και με υλικά που έχουν άμεση σχέση με το προϊόν.

- Το φούξια χρώμα αντιπροσωπεύει τα φρέσκα φρούτα και όλα τα πολύχρωμα γαρνιρίσματα που διαθέτει το topping bar,
- το λευκό χρώμα χρησιμοποιήθηκε για να θυμίζει το γιαούρτι,
- το καφέ χρώμα θυμίζει τους ξηρούς καρπούς που υπάρχουν στο topping bar,
- η κυματιστή επένδυση των τοίχων (eltop) επίσης προσομοιάζει την κίνηση του γιαουρτιού.

Έτσι, όταν ήρθε η ώρα ανεύρεσης της κατάλληλης συσκευασίας, έπρεπε να επιλεγεί κάτι πολύ ιδιαίτερο, που να αντικατοπτρίζει το μοναδικό concept του καταστήματος. Και γεννήθηκε το αγαπημένο, φούξια κουτί! Το κουτί συμβάλλει σημαντικά στη μοναδικότητα του brand. Τετράγωνο, έντονο χρώμα, με απλότητα στο λογότυπο, γίνεται πολύ εύκολα αναγνωρίσιμο έως και συλλεκτικό. Πολύ συχνά ο κόσμος ανακαλύπτει ένα κατάστημα chillbox ακολουθώντας τους περαστικούς που κρατούν στο χέρι τους το μοναδικό, φούξια κουτί!

AWARDS '17 Packaging INNOVATION



Γεώργιος Τσομπανίδης, Group Marketing Director,
Chillbox

NEW PACKAGING METHOD - USAGE OF NEW RAW MATERIAL AND/OR MACHINERY

A. Hatzopoulos

BIO PACKAGING SOLUTION

GOLD

Το βιοδιασπώμενο υλικό συσκευασίας που παράγει η εταιρεία Χατζόπουλος αποτελεί μια καινοτόμο λύση και απευθύνεται κυρίως στην αγορά του καφέ. Για την παραγωγή του υλικού χρησιμοποιούνται νέες, πολύ εξειδικευμένες α' και β' ύλες. Η δομή που ανέπτυξε και παράγει η Α. Χατζόπουλος είναι τριπλή Cellophane + Cellophane met + Bio-sealant layer και το νέο υλικό μπορεί να αντικαταστήσει πλήρως και εύκολα μια κλασική triplex συσκευασία για καφέ (για παράδειγμα δομής PP + PET met +PE). Για την εκτύπωση της συσκευασίας χρησιμοποιούνται ειδικά πιστοποιημένα μελάνια, κατάλληλα για την παραγωγή βιοϋλικών και ακολουθούνται συγκεκριμένες οδηγίες ως προς τη χρωματική κάλυψη της μακέτας, ώστε να τηρούνται οι προϋποθέσεις για μια καθολικά χαρακτηριζόμενη κομποστοποίησιμη συσκευασία. Η κόλλα λαμινάρισματος διαθέτει επίσης πιστοποίηση κομποστοποίησης και είναι κατάλληλη για απαιτητικές εφαρμογές (high performance). Η δομή αυτή χαρακτηρίζεται ως "βιο-αποικοδομήσιμη" και "κομποστοποίησιμη", καθώς όλα τα συστατικά του νέου υλικού συσκευασίας διαθέτουν πιστοποίηση κατά EN 13432:2000. Παράλληλα, πρόκειται για υλικό συσκευασίας με ιδιότητες υψηλού φραγμού (high barrier) που προστατεύει άριστα τον καφέ και συσκευάζεται ενάντια σε υγρασία και οξυγόνο, με τα αντίστοιχα barrier properties να κυμαίνονται σε επίπεδο: Water Vapor Transmission Rate (W.V.T.R.)



Θεόδωρος Ζωντανός, Γενικός Διευθυντής
Α. Hatzopoulos



Μαργα Κοσκινίδου, Αντιπρόεδρος,
Στυλ. Σ. Κοσκινίδης

ΣΤΥΛ.Σ.ΚΟΣΚΙΝΙΔΗΣ

POP MENTOS

GOLD

Η δημιουργία του Floor stand Mentos αποτελεί προϊόν μελέτης και υλοποίησης κατασκευής για το λανσάρισμα των προϊόντων Mentos Pure Fresh. Η φρεσκάδα που προσδίδει το προϊόν καθώς και το ίδιο το σχήμα του (κουφέτο) ήταν τα κύρια χαρακτηριστικά της ιδέας, που έπρεπε να χρησιμοποιηθούν και να αναδυθούν κατά τον αρχικό σχεδιασμό. Επιλέχθηκαν στοιχεία POP UP και έντονες μορφοκοπές που δίνουν ένταση στην τελική μορφή του Stand και ενημερώνουν τον καταναλωτή για τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος. Τα στοιχεία μορφοκοπών "splash", που έχουν επιλεγεί στο μεγαλύτερο μέρος του stand, προωθούν το στοιχείο της φρεσκάδας του προϊόντος. Παράλληλα, τα ράφια του Stand και το σβάλ τους σχήμα αγκαλιάζουν τα προϊόντα και δίνουν έμφαση στο σχήμα του ίδιου του προϊόντος που τοποθετείται και αφορά το προϊόν Mentos σε σχήμα κουφέτο. Το Stand έχει σχεδιαστεί να παραδίδεται flat, χωρίς να χάνει σε φινιρίσμα και σε σταθερότητα, στοιχεία απαραίτητα και για την τοποθέτηση του συγκεκριμένου brand αλλά και των σημείων πώλησης στα οποία απευθύνεται. Η κατασκευή αποτελείται από 100% ανακυκλώσιμα υλικά.



Βασίλης Κάλλης, R&D,
Thrace Plastics Pack

Thrace Plastics Pack ΠΛΑΣΤΙΚΟ ΠΟΤΗΡΙ SLEEVE

SILVER

Ο Όμιλος Πλαστικά Θράκης σχεδίασε και ανέπτυξε ένα νέο προϊόν, το πλαστικό ποτήρι μιας χρήσης με sleeve, ένα χρηστικό αντικείμενο, το οποίο - με τη μικρή μετατροπή της προσθήκης του ειδικού φιλμ στο εξωτερικό του - αναδεικνύεται σε εργαλείο στα χέρια του επαγγελματία που επιθυμεί να ισχυροποιήσει το brand του. Το sleeve δεν αποτελεί από μόνο του καινοτομία, καθώς έχει υιοθετηθεί ήδη από global brands που παράγουν προϊόντα για το ράφι σε γυάλινο ή πλαστικό μπουκάλι, επικοινωνώντας στο κοινό μια ισχυρή εταιρική ταυτότητα. Η εφαρμογή του ειδικού φιλμ του sleeve σε πλαστικό ποτήρι μιας χρήσης γίνεται για πρώτη φορά σε πανευρωπαϊκό επίπεδο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί από επαγγελματίες του καφέ, εταιρείες ποτών, κέντρα μαζικής εστίασης και χώρους διασκέδασης και ψυχαγωγίας, εταιρείες παραγωγής και διανομής φρούτων και λαχανικών κ.ά.



Ιωάννα Αγγελοπούλου,
Διεύθυνση
Διασφάλισης
Ποιότητας, Eurocatering



EUROCATERING

ΦΡΕΣΚΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ ΦΡΕΣΚΟΥΛΗΣ ΣΕ ΣΑΚΟΥΛΑ ΜΕ ΒΑΛΒΙΔΑ ΑΤΜΟΥ

BRONZE

Τα Φρέσκα Λαχανικά Ατμού Φρεσκούλης είναι ένα πρωτοποριακό προϊόν της Eurocatering σε μια συσκευασία που ξεχωρίζει για την πρωτοτυπία και την πρακτικότητα της. Είναι η πρώτη φορά που διατίθενται στην ελληνική αγορά Φρέσκα Λαχανικά, πλυμένα και κομμένα σε πρακτική και πρωτότυπη συσκευασία doyrack με ειδική βαλβίδα ατμού, η οποία επιτρέπει στο προϊόν να μαγειρευτεί στον φούρνο μικροκυμάτων όντας μέσα στη σακούλα με τον ατμό που δημιουργείται εσωτερικά. Η συσκευασία αποτελείται από 2 φύλλα υλικού PET και PP-απίφωφ κατάλληλο για φύλαξη τροφίμων. Τον σχεδιασμό του εικαστικού ανέλαβε η colibri. Καρότο, μπρόκολο, κουνουπίδι, πατάτα και κολοκυθάκι παραμένουν ολόφρεσκα και αναλλοίωτα μέσα σε αυτή τη σακούλα από εύκαμπτο υλικό με πάτο, που στέκεται όρθια στο ράφι για την καλύτερη παρουσίαση του προϊόντος και διευκολύνει τους χρήστες της στο μαγείρεμα.



Χρήστος Παλαμής,
Προϊστάμενος
Πωλήσεων,
Παλαμής

ΠΑΛΑΜΗΔΗΣ

ΑΠΟΡΡΟΦΗΤΙΚΑ ΔΙΣΚΑΚΙΑ ΔΙΟΓΚΩΜΕΝΗΣ ΠΟΛΥΣΤΕΡΙΝΗΣ

BRONZE

Τα απορροφητικά δισκάκια κρεατικών διογκωμένης πολυστερίνης συνδυάζουν ιδιότητες όπως απορροφητικότητα αίματος και υγρών μέσα στα τοιχώματα του δίσκου, ανώτερη εμφάνιση στο ράφι, υψηλή αντοχή σε καταπονήσεις κατά τη μεταφορά, υψηλή αντοχή σε shrink packing τύπου BDF, δυνατότητα Barrier sealable για συσκευασία τροποποιημένης ατμόσφαιρας, πολύ χαμηλότερο βάρος και κόστος παραγωγής σε σχέση με τους διαφανείς περιέκτες κρεατικών, πολύ χαμηλότερο ετήσιο topage και χαμηλότερες χρεώσεις ανακύκλωσης για τον βιομηχανικό χρήστη και ευκολότερη ανακύκλωση. Ο συνδυασμός αυτών των ιδιοτήτων συνιστά ένα συνολικό νέο και επιτυχημένο concept, που καθιστά τη συσκευασία αυτή εμπορεύσιμη τόσο στην Ελλάδα (σε κλάδους όπως τα τυποποιημένα πουλερικά έχει κατακτήσει μερίδιο αγοράς >95%), όσο και στη διεθνή αγορά (Νέα Ζηλανδία, Καλιφόρνια κ.ά.).



Πιστοποιημένα
κατά FSC®
έντυπα και
συσκευασίες

PressiousArvanitidis®

Print your green mind

**ΧΑΡΗ ΣΤΗΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ
ΚΑΤΑ FSC® PRESSIOUS ARVANITIDIS**

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΚΑΤΑ FSC® ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ;

Αποδεδειγμένα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα έντυπης επικοινωνίας και συσκευασίες.

ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΤΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩ;

Σε συνεργασία με μια πιστοποιημένη κατά FSC® εκτυπωτική εταιρεία.

Η PressiousArvanitidis είναι η πρώτη πιστοποιημένη κατά FSC® εκτυπωτική εταιρεία στην Ελλάδα.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΤΑ ΕΠΙΛΕΞΩ;

Επιλέγοντας πιστοποιημένα κατά FSC® έντυπα και συσκευασίες:

- 1 Αναβαθμίζω την εταιρική μου φήμη.
- 2 Εκπαιδεύω την αγορά στην υιοθέτηση υπεύθυνων πρακτικών.
- 3 Γίνομαι υπεύθυνος κοινωνικός εταίρος.
- 4 Συμβάλλω ενεργά στην αειφόρο ανάπτυξη.
- 5 Βελτιώνω το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της εταιρείας μου.
- 6 Υλοποιώ μια πρωτοποριακή ενέργεια ΕΚΕ.
- 7 Πρωτοπορώ σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ - ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ

Γραφεία Α. Κηφισίας 294 & Ναυαρίνου 27, Χαλάνδρι 152 32 Τ 216 100 5100 F 216 100 5101
Έδρα 78ο χλμ. Εθν. Οδού Αθηνών-Λαμίας, Ύψατο Βοιωτίας 322 00 Τ 216 100 5200 F 216 100 5201
E info@pressious.com
www.pressious.com





mastihashop®