

УПАКОВКА - ВАЖНЕЙШИЙ ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОЙ РАЗРАБОТКИ СЕРИИ ЭТИКА И УПАКОВКИ «ШОКОЛОТЬЕ»)

Шалганова М.В.,

научный руководитель ст. преподаватель Зимина Н.М.

Сибирский федеральный университет

Упаковка является одним из важнейших элементов коммуникации – инструментом передачи информации о товаре целевой аудитории, с помощью которого производитель общается с потребителем. Прежде всего, упаковка играет важную роль как идентификатор товара потому, что она придает продукту необходимый цвет и форму. Создание индивидуально, яркой упаковки дает производителю возможность выделить товар из ряда аналогичных серий, сделать его узнаваемым и запоминаемым. Именно благодаря работе дизайнера товар приобретает индивидуальность, неповторимость, что и составляет образ бренда.

Этапы разработки упаковки

1. Предпроектный анализ. Необходимо изучить тему, определить группу потребителей – целевую аудиторию и сформулировать потребности и подсознательные желания потребителя. Изучить продукцию конкурентов и определить достоинства или недостатки решения образа их продукции, На основании проделанного анализа создать визуальный образ будущего бренда.

Работа началась с определения названия будущего продукта – «Шоколотье». Шоколатье – это дегустатор элитного шоколада. Определение профессии подразумевает достаточно определенный графический образ для дальнейшей разработки

2. Создание визуального образа упаковки и этикета. Работа началась с поиска ассоциативного ряда. На этом этапе определяются колористическое решение, шрифтовое наполнение, форма и способ подачи изобразительного материала. Если это серия упаковок, то пропорциональное отношение объемов упаковок между собой. Главный цвет серии - темно-коричневый (шоколадный), все остальные являются дополнительными и помогают определять вкусовое различие между различными видами продукции. Акцент поставлен на шрифтовой композиции, а именно на цифрах указывающих процентное содержание какао в данной плитке шоколада. Ключевым дополнением, завершающим образ стали фотографии отражающие состав шоколада. На этом несложном приеме и была построена новая, авторская концепция серии упаковок шоколада «Шоколотье».

3. Создание стилеобразующих элементов серии. Стилеобразующий элемент – эффективный инструмент донесения до потребителя идеи, желаемого образа и позиционирования бренда. Создание знака и логотипа это один из важнейших этапов создания образа, которому следует уделять особое внимание, поскольку именно он в дальнейшем будет главное впечатление на потребителя. В логотипе была выбрана идея - надкусанная плитка шоколада, на дольках которой разместились надпись «ШОКОЛАТЬЕ». Формирование создания главных визуальных признаков (таких как знаки, логотипы, шрифты и т.д.) достаточно для четкого выделения упаковки в коммуникациях и создания его узнаваемости потребителем.

ШОКО
ЛАТЬЕ

Ш О К О
Л А Т Ь Е

Ш О К О
Л А Т Ь Е

