

Menestyvän pakkaussuunnittelun resepti: kokonaisuuden hallinta ja terve järki

Brändin arvojen tukeminen, kustannusten säästö, tehokas tuotanto, ympäristön todellinen huomioiminen, käytettävyys kuluttajan kannalta, toimiva logistiikka – kaikki nämä ovat osa nykyaikaista pakkaussuunnittelua. Lista on pitkä ja vaatimukset osittain ristiriitaisia, mutta terveellä järjellä pääsee pitkälle, arvioivat Packdesign ID:n Maija Olkkonen-Seppo ja Emma Kosonen. Malliesimerkki löytyy Farmokselta.

Pakkaussuunnittelua saatetaan pitää vain ulkoasun suunnitteluna eli designina, mutta hyvin toteutettu suunnittelutyö pitää sisällään paljon, paljon enemmän – koko prosessin alkaen pakkausmateriaalin valinnasta ja päätysten kuljetusten ja varastoinnin vaatimusten kautta lopulta hyödynnettävyyteen.

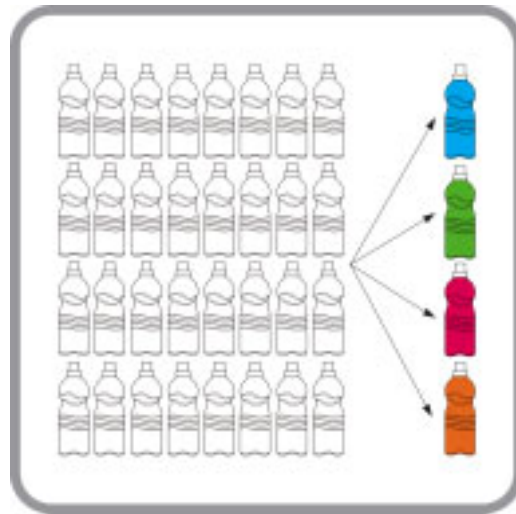
Kun Farnos Oy ryhtyi noin puoli-toista vuotta sitten uudistamaan kahden tuotesarjansa eli Erisanin ja Serton nestesuaineiden pakkauksia, lähdettiin siitä, että niiden on toimitettava koko ketjussa. Maija Olkkonen-



Farmoksen markkinointipäällikkö Anna Hattula (vas.) ja Emma Kosonen käyvät läpi tällä hetkellä käytössä olevia pesuainepakkauksia. Anna Hattulan mielestä haasteellisinta kaikissa pakkauksiin liittyvissä uusissa ratkaisuissa on eri osasten yhteensovittaminen: visuaalinen kauneus, logistiset vaatimukset, käytettävyys, tuotannon sujuvuus ja sitten tietenkin ne kustannukset. Aikataulut myös asettavat omat haasteensa; ylimääräisiä viikkoja ei projekteihin ole tapana kirjata. Hän odottaa tulevaa lanseerausta innolla. Projektin laajuudesta huolimatta siinä ollaan myös loistavasti aikataulussa, mikä ei ole lainkaan itsestäänselvyys kun osa kumppaneista on toisella puolella maapalloa.



Vasemmalla vanha ja oikealla uusi pullomuoto ja etiketti. Kun painatusalana on koko pullon pinta, brändin tunnuksot saadaan näkyvämmiin esille ja informaatiolle on enemmän tilaa.



Kun pakkaus yksilöidään vasta tuotteen valmistusvaiheessa, tuotannosta tulee joustavampaa ja logistiikka tehostuu.

Seppo ja Emma Kosonen, jotka nykyään vetävät omaa Packdesign ID Oy -nimistä yritystään, pitävätkin Farmoksen projektia malliesimerkkinä kokonaisvaltaisesta pakkaussuunnittelusta.

Serton ja Erisanin pakkauksille haluttiin luoda uusi, brändiä rakentava ja myyvyttä edistävä ulkoasu ja muoto, joka toimisi entistä paremmin myös tuotantolinjalla. Samalla haluttiin pitää koko ajan mielessä kustannusten lisäksi käytettävyyden ja kestävä kehityksen vaatimukset logistiikkaa unohtamatta.

Innovaatioita ja massaräätälöintiä

Pullon muoto on tärkeä paitsi ulkoisesti myös tuotannon sujuvuuden kannalta: pullojen on kuljettava täyttö- ja suljentalinjoilla sekä etiketöinnissä ilman ongelmia. Ne eivät esim. saa kaatuilla ja niiden pitää kestää jonopainetta painumatta kasaan. Pullojen uuden muodon ansiosta tuotannon läpimeno nykyisellä laitteistolla paranee noin viidellä prosentilla, kertoo Emma Kosonen.

Projektiin liittyy myös todellisia innovaatioita: pullojen puhalluksessa hyödynnetään uudenlaista vaihtopaloihin perustuvaa muottitekniikkaa, joka mahdollistaa yhdellä muotilla useamman erilaisen pullon valmistuksen. Tämä nopeuttaa pullo tuotantoa ja ennen kaikkea säästää muottikustannuksissa.

Toinen kustannusten ja myös ympäristön kannalta myönteinen asia on, että kaikki uudet pakkaukset ovat kirkkaita, läpinäkyviä muovipulloja,

jotka yksilöidään vasta tuotantovaiheessa koko pullon pinnan peittävällä sleeve-etiketöinnillä. Näin varastossa pidettävien pullo tyyppien määrä vähenee ja tuotanto on joustavampaa. Tässä voi puhua ns. massaräätälöinnistä eli samanlaisista pulloista tehdään erilaisia mahdollisimman myöhäisessä tuotantovaiheessa, toteaa Maija Olkkonen-Seppo.

Sleeve-etiketöiden ansiosta käytettävissä oleva painopinta-ala on entistä suurempi, joten esim. brändin tunnuksille ja tuotetiedoille on entistä enemmän tilaa, ja näin tuotteiden myymälänäkyvyydestä saadaan entistä parempi. Pullojen muodot ja grafiikat suunniteltiin yhtä aikaa. Koska sleeve-etiketti peittää koko pinnan, se myös jäykistää jonkin verran pulloa, mikä mahdollistaa puolestaan entistä ohuemman pullomateriaalin käytön. Uudet pullo t on suunniteltu niin, että tarvittaessa ne voidaan etiketöidä myös perinteisemmällä tavalla, mikä osaltaan lisää tuotannon joustavuutta.

Muodoissa on haettu myös sitä, että pulloista saa kädellä mahdollisimman hyvän otteen ja kaataminen on helppoa, ts. käytettävyys on kulkenut tärkeänä tekijänä mukana koko ajan. Ja kun logistiikan perusasiat ovat olleet selvinä, esim. kuormalavan täytöstä on pystytty parantamaan 15 prosentilla verrattuna aikaisempiin pakkauksiin, kertoo Kosonen

Palaset koossa

Suunnittelutyössä on mukana monta eri osapuolta: brändin omistaja, tuotannon asiantuntijat, pakkauksen val-

mistaja, pakkausmuotin tekijä, sleeve-etiketöiden painaja, logistiikka... Emma Kosonen on ollut projektissa mukana sen käynnistämisestä saakka ja huolehtinut mm. siitä, että kunkin alueen asiantuntijoita on ollut mukana työssä tarpeen mukaan ja oikeaan aikaan.

Kun on monta tekijää, joutuu väistämättä tekemään myös kompromisseja, toteaa Kosonen. Esim. ympäristömyönteinen lähestymistapa puoltaa mahdollisimman ohuen pakkausmateriaalin käyttöä, mutta tuotantolinjan toimivuus vaatii kuitenkin tietyn vahvuuden. Maija Olkkonen-Seppo muistuttaa, että esim. ympäristöön ja kestävään kehitykseen liittyvät asiat eivät saa olla vain päälle liimattuja asioita, ”viherpesua”. Tehdään mieluummin vaikka kuinka pieniä asioita, kunhan ne ovat oikeita uudistuksia.

Pakkausten kehitystyö on parhaimmillaan kokonaisuus, johon sisältyy yksinkertaistamista, designin ja teknisen toteutuksen tasapainoa ja tervettä järkeä, arvioivat Kosonen ja Olkkonen-Seppo. Tämä on muistettu myös Farmoksen projektissa. Se on vielä kesken, valmiit pullo t ilmestyvät näillä näkymin kaupan hyllyille tämän vuoden syyspuolella, mutta palaset ovat jo koossa.

AF