



Nyt halutaan erottua, kehittyä ja löytää uusia materiaaleja, Packdesign ID Oy:n toimitusjohtaja Maija Olkkonen-Seppo ja muotoilujohtaja Emma Kosonen kiteyttävät asiakkaiden toiveet.

## Pakkaus voi olla hauska ja kätevä yhtä aikaa

Elintarvikepakkaukset loistavat jo kaikissa mahdollisissa väreissä, mutta ne voivat puhutella myös uudella tavalla muotoilulla.

PackDesign ID Oy:n toimitusjohtaja **Maija Olkkonen-Seppo** ja muotoilujohtaja **Emma Kosonen** latovat pöytänsä erilaisia pakkauksia osoittaakseen, että pakkaus voi olla samanaikaisesti kätevä, myyvä, ekologinen ja hauska. Pannukakkutaikina on pakattu ruudulliseen pussiin, jugurttia mansikan ja vadelman mallisiin pulloihin ja nestesaippuaa keltaiseen ankkapulloon.

– Mietimme tällä hetkellä, millainen pakkaus on viiden vuoden kuluttua. Usein teemme monitasoisia pakkausehdotuksia realistisemmasta villimpään, jossa voi kaunistella rajoja. Nyt halutaan erottua, kehittyä

ja löytää uusia materiaaleja, he kiteyttävät asiakkaiden toiveet.

### Elintarvikepakkaukset muuttuvat

Maija Olkkonen-Seppo ja Emma Kosonen suunnittelevat mielellään elintarvikepakkauksia, sillä niissä pääsee tekemisiin monenlaisten materiaalien ja painatustekniikoiden kanssa ja ne elävät ihmisten arjessa.

He pohtivat, miten pakkaus tukee tuotteen käytettävyyttä myös kotona. Esimerkiksi miten uudelleen suljettavia pakkauksia voi kehittää ja mitä tuotteita voi pakata pusseihin. Pakkausten pitää muuttua myös älykkäämmiksi ja digitalisoitua.

– Japani on pitkällä elintarvikepakkauksen suunnittelussa. Siellä pakataan monenlaisia elintarvikkeita pusseihin, joissa on kaatonokka ja annostelurakenteita, Olkko-

nen-Seppo ja Kosonen kertovat.

Tavoitteena on, että pakkaukseen tarvitaan mahdollisimman vähän materiaalia, se on helppo kuljettaa, tuote säilyy hyvin ja pakkaus vie vähän tilaa roskissa. Nämä asiat vaikuttavat pidemmälle aikavälillä myös brändimielikuvaan.

Pakkausmateriaaleista kalvopakkausten lisäksi kiinnostavia ovat kuitupohjaiset materiaalit, sillä ne ovat kierrätettäviä ja valmistettu uusiutuvasta materiaalista.

### Maitotölkki yhä toimiva pakkaus

Millainen pakkaus on sekä helppokäyttöinen, myyvä että ympäristöystävällinen?

– Ihanepakkaus erottuu myymälän hyllyssä ja kommunikoii oikeilla asioilla. Tekstit ovat tarpeeksi isolla fontilla ja oleelliset tiedot näkyvät selvästi. Hyvä pakkaus on





Marjaisat pullot sisältävät tuttua tuotetta: jugurttia.



Ginipullon kartonkipakkauksessa on panostettu elämyksellisyyteen: pakkauksen avautuessa tulee esiin kolmiulotteinen maisema.



Seisovasta pannukakkupussipakkauksesta tuotetta on kätevä annostella suoraan pannulle. Taikinaseos on helppo sekoittaa puristelemalla pakkausta.



Popcorn-pakkauksen suunnittelussa on huomioitu koko tuotteen käyttökaari. Tuote voidaan sekä valmistaa että nauttia suoraan tästä kartonkipakkauksesta.



Myslipakkaukseen on jätetty tilaa maidolle, jotta tuote voidaan nauttia suoraan pakkauksesta.



Pakkaus voi olla hauska, erottuva ja elämyksellinen.



Sipsit voi pakata myös tällaiseen pakkaukseen.



Sleeveointiteknikka mahdollistaa erottuvan, hedelmäisen pakkausmuotoilun käytön. Se tuo brändin esiin näyttävästi koko pakkauksen pinta-alalla.

## Kolmiulotteisuus kiinnostaa

**Maija Oikkonen-Seppo** on pakkausalaan erikoistunut muotoilija ja graafinen suunnittelija. Hän on työskennellyt vuosina 1994–2008 Lumene Groupin Design Managerina, designosaston perustajana, johtajana ja päämuotoilijana ja toiminut vuodesta 2001 lähtien alan kouluttajana ja asiantuntijana. Vuodesta 2008 alkaen hän on ollut Packdesign ID Oy:n toimi-

tusjohtaja ja toinen pääsuunnittelija.

Graafinen suunnittelija ja teollinen muotoilija **Emma Kosonen** on työskennellyt useissa eri mainostoimistoissa vuodesta 1990 lähtien ja vuosina 2005–2008 Lumene Groupin Design-tiimissä. Vuodesta 2008 alkaen hän on ollut Packdesign ID Oy:n muotoilujohtaja ja toinen pääsuunnittelija.

Heitä molempia kiinnostaa kolmi-

ulotteisuus. Maija Oikkonen-Seppo on opiskellut muun muassa kirjallisuutta Helsingin yliopistossa ja teollista muotoilua, huonekalusuunnittelua ja graafista suunnittelua Lahden Muotoiluinstituutissa.

– Pakkauksessa yhdistyvät kiinnostavalla tavalla kolmiulotteisuus ja graafinen puoli, hän sanoo.

Maija Oikkonen-Seppo tempaistiin

suoraan Muotoiluinstituutista pakkaussuunnittelijaksi Lumenelle, jonka desingosastolla hän työskenteli 14 vuotta. Emma Kosonen työskenteli aluksi mainostoimistossa, mutta kaksiulotteisuus ei riittänyt hänelle, vaan hän opiskeli Taideteollisen korkeakoulun teollisen muotoilun linjalla. ■

[www.packdesignid.fi](http://www.packdesignid.fi)

## Maakunta esiin pakkauksessa

Packdesign ID:n Poutulle vuonna 2011 tekemässä brändi- ja pakkauskonseptissa näkyy vahvasti pohjalaisuus ja pohjalainen kuva-maailma. Tuolloin markkinoille tuotiin kolme tuoteperhettä erivärisine pakkauksineen.

Perustuotteet saivat puna-mustan väri-tyksen, muun muassa kevyt- ja luomutuotteita sisältävä Onni-sarja kevyet sävyt ja premium-tason Pehtoori-sarja violettia ja kultaa sisältävät pakkaukset. Pohjalaisuus näkyy pakkauksissa mustavalkoisina, Suomi-Filmi-henkisinä valokuvina ja helanauhakuviona, jonka väri määräytyy sarjan mukaan.

Nyt myös yrityksen logo on uusittu nykyaikaisemmaksi. Logossa on viitteitä perinteisen pohjalaisen muotomaailman vinoneliös-



tä, mutta kuviota pehmentävät pyöristetyt nurkat. Uuden logon kirjainosan voimakas alkukirjain tuo siihen erottuvuutta ja vahvaa luonnetta. Uudella logolla varustetut tuotteet tulevat myyntiin alkuvuodesta 2014. ■

▷ helppo kuljettaa kotiin, eikä se rikkoonnu. Se on helppo avata ja sopii hyvin jääkaappiin. Pakkaus antaa brändille mahdollisuuden "elää" ihmisten kodeissa, sulkeutuu hyvin, on tiivis, helppo hävittää sekä edullinen valmistaa ja pakata. Hyvä esimerkki lähes kaikki ihannepakkauksen kriteereistä täyttävästä pakkauksesta on vanha, kunnon maitotölkki, Emma Kosonen tiivistää.

Hän muistuttaa, että pakkaussuunnittelu on osa tuotekehitysprosessia. Isot yritykset osaavatkin toimia oikein ja varata tarpeeksi aikaa myös suunnitteluun.

– Pakkaussuunnittelussa pitää olla jalat maassa alkumetreiltä lähtien ja realistinen aikataulu. Testaus on tosi tärkeää uuden pakkauksen suunnittelussa ja prototyypipakkaukset tarpeellisia. 3D-tulostuksen hyödyntäminen tarjoaa uusia mahdollisuuksia, Olkkonen-Seppo ja Kosonen toteavat.

3D-tulostettuja prototyyppejä voidaan hyödyntää sekä tuotannon koeajoissa että kuluttajatesteissä, jolloin pakkauksesta saadaan realistisempi käsitys kuin esimerkiksi pelkästään kuvien avulla.

### Tärkeät asiat selkeästi pakkauksiin

Joskus unohtuu, että pakkausten pitää välittää asiakkaille tärkeät asiat. Mitä kertoo brändin arvostuksesta se, että kuluttajalle tärkeä asia, esimerkiksi gluteenittomuus, piilotetaan pakkauksen takasivun alanurkaan?

– Monet kuluttajat ottavat kehnosti informoivat pakkaukset annettuna ja alistuvat siihen, ettei pakkauksesta löydy itselle tärkeitä asioita helposti. He kuitenkin tietävät hyvin, mikä pakkaus avautuu helposti ja mihin tarvitaan puukkoa tai saksia, Emma Kosonen sanoo.

Hän lisää, että pakkausuudistuksen yhteydessä pitää muistaa kertoa, että kyseessä on sama tuttu tuote kuin ennenkin.

– Uudessa pakkauksessa voi olla avaus- ja suljinmekanismi, josta ei kerrota pakkauksessa ollenkaan. Tämän vuoksi ostaja ei välttämättä edes huomaa parannusta, Kosonen harmittelee. ■

**Pirjo Huhtakangas**