

# Packdesign antoi Pakkaukselle UUDEN DESIGNIN

Teksti: Satu Sairanen

*Pakkaus-lehden visuaalinen ilme uudistui uuden vuosikymmenen kunniaksi. Uuden ilmeen takana on ensimmäinen kokonaan pakkaussuunnitteluun keskittynyt designtoimisto Packdesign ID Oy.*

Pakkaus-lehti on pakkausalan johtava ammattijulkaisu. Lehti on täynnä painavaa asiaa; tärkeää tietoa ja ajankohtaisia uutisia mielenkiintoisten artikkelien, haastattelujen ja katsausten muodossa. Se toteuttaa tärkeää tehtävää alan tiedon välittäjänä kaikille pakkausketjun toimijoille ja muille pakkauksista kiinnostuneille.

- Otimme vastaan lehden uudistustehtävän, koska pakkaussuunnittelutoimistona Pakkaus-lehti on lähellä sydäntämme. Vaikka keskitymmekin pakkaussuunnitteluun, katsoimme alalle tärkeän Pakkauksen ilmeen uudistamisen olevan

meidän heiniämme, kertoo Packdesignin toimitusjohtaja Maija Olkkonen-Seppo.

Uudistuksen yhteydessä myös lehden logo sai uuden muodon, joka viestii painavasta asiasisällöstä rohkeasti ja näkyvästi. Mielenkiintoa siihen tuovat painatusaineistoista lainatut kohdistusmerkit, jotka vievät ajatukset pakkausten painamiseen. Packdesignin ideologian mukaisesti ilmeuudistuksessa paneuduttiin erityisesti myös lehden käytettävyyteen.

- Pakkausten kohdalla viime aikoina puheenaiheeksi noussut käytettävyys rajataan valitettavan usein melko suppeasti vain käyttöpakkauksia koskevaan tarkasteluun. Kuitenkin sitä tulisi käsitellä laajemmin koko pakkausketjun käsittävänä asiana, kertoo Olkkonen-Seppo.

Myös Pakkaus-lehden kohdalla kaikki typografian, taiton ja fonttityypin muutokset on tehty selkeyden ja luettavuuden eli käytettävyyden parantamiseksi.

Lehden sivuja muotoilevat logon P-kirjaimesta lainatut kaariaiheet ryhdistävät ja värittävät taittoa.

## Kokonaisvaltaista pakkaussuunnittelua

Uuden ilmeen luonut Packdesign ID Oy on nimensä mukaisesti keskittynyt pakkausten designsuunnitteluun ja kehitykseen. Packdesign toteuttaa suunnitteluaan uudella tavalla kokonaisuutena huomioiden koko pakkausketjun ja sen kaikki osatekijät. Pakkauksia suunnitellaan kaikkiin tavararyhmiin ja pakkaamisen kaikille tasoille käyttöpakkauksesta kuljetuspakkauksiin ja varastoihin tai vaikka esillepanoihin myymälässä.

Kaikki tuotteen pakkaustarpeet kattavan suunnittelun lisäksi Packdesignin kokonaisvaltaisuus näkyy siinä, että se ottaa vastuun koko ideoinnista ja suunnittelusta aina toteutukseen ja sen valvontaan saakka. Pakkauskehitys, graafinen





Kuvassa vasemmalta alkaen Packdesignin Emma, Maria, Maija ja Ilona.

suunnittelu ja teollinen muotoilu löytyvät Packdesignista saman katon alta.

Packdesignin puoleen käännytäänkin mitä erilaisinten pakkauksiin liittyvien haasteiden ja tarpeiden kanssa. Toisaalta heiltä on tilattu erittäin korkealaatuista designia arvokkaalle premium -tuotteelle tai tunnetulle kotimaiselle brändille, toisaalta tavoitteena voi olla tehokas ratkaisu massaräätälöintiin. Design manager Emma Kososen mukaan Packdesign on tyypillisesti kehittämässä myös pakkausprosesseja uuden pakkauksen suunnittelun ja muotoilun yhteydessä.

### Tiivistä kansainvälistä yhteistyötä

Packdesignin toiminnan avain on vuosikausien käytännön kokemuksessa ja vankassa yhteistyöverkostossa. Tiivis yhteistyö niin suomalaisten kuin kansainvälisten pakkausalan toimijoiden, materiaali- ja raaka-ainevalmistajien kanssa mahdollistaa jokaiselle työlle ja tuotteelle parhaan mahdollisen lopputulokseen. Suunnittelijan ammattitaito mitataan ideoiden toimivuudessa, onnistuneen toteutuksen varmistavat materiaalien ja painatustekniikoiden tuntemus sekä hyvät yhteistyökumppanit.

- Suunnittelemme korkealaatuista pakkausdesignia ja pakkauksratkaisuja, jotka tuottavat arvoa niin brändille, valmistajalle, kaupalle kuin kuluttajallekin. Käymme jatkuvaa ajatustenvaihtoa kansainvälisten kontaktiemme kanssa ja vieraillemme eri alojen messuilla useita kertoja vuodessa. Tämä kerryttää Packdesigniin jatkuvasti uusinta tietoa kansainvälisestä kehityksestä ja uusimmista

innovaatioista, lisää Olkkonen-Seppo, joka on toiminut jo vuosia alan kouluttajana, asiantuntijana ja konsulttina niin eri oppilaitoksissa, yrityksissä kuin yhteisöissä ja pakkauskehityshankkeissa.

### Packdesign tuntee viimeisimmät trendit

Packdesign on alan kotimainen trendsetteri. Sen puoleen käännytään suunnitteluiden lisäksi aina kun halutaan kuulla pakkauksen roolista brändin rakentajana tai pakkausalan trendeistä.

- Tällä hetkellä käymme erittäin paljon keskustelua kestävän kehityksen tematiikan ympärillä. Koko ajan on kehitteillä uusia valmistusmenetelmiä ja uusia materiaaliratkaisuja, ja tässä kehityksessä olemme tiukasti mukana, Maija Olkkonen-Seppo kertoo.

Kestävän kehityksen ympärillä onkin vielä paljon pohdittavaa. Olkkonen-Seppo heittää esimerkiksi takavuosina näkyneen, joissakin tavararyhmissä kiihtyneen pakkaus uudistustahdin.

- Jossakin vaiheessa esimerkiksi sham-poetiketit uudistuivat jatkuvalla syötöllä. Tämä on kuitenkin muuttumassa. Uudistamisen ei tule olla itseisarvo. Jokainen uudistus ja sen tarpeellisuus tulee arvottaa myös kestävän kehityksen kannalta. Itse peräänkuulutan entistä kestävämpää designia, korostaa Olkkonen-Seppo.

Kestävämmän designin suunnittelu edellyttää Olkkonen-Sepon mielestä entistä enemmän ennakoivaa suunnittelua ja herkkyyttä lukea ns. heikkoja signaaleja.

Designratkaisut ja päätökset niihin liittyvistä kehitystarpeista esimerkiksi omassa tuotannossa on tehtävä ajan viimeisin kehitys hyödyntäen ja jo tulevia näkymiä ennakoiden – mieluiten on oltava hiven ajastaan edellä. Näin yritykset eivät ole uusien kehitystarpeiden ja investointien edessä jo huomenna tai ensi kuussa.

Myös pakkauksen myymälätoimivuus on nykyisin entistä kriittisempää. Packdesignilla on meneillään useita projekteja, joilla tähdätään pakkauksen myymälätoimivuuden parantamiseen. Osaltaan tällöin puhutaan brändin näkyvyydestä ja kommunikaatiosta, toisaalta myös käytettävyydestä.

### Hieno design ei yksin riitä

On ilmeistä, että pakkauksella on merkittävä rooli brändin rakentamisessa. Siihen liittyvien haasteiden lisäksi on designprojekteissa kiinnitettävä tulevaisuudessa yhä enemmän huomiota kestävän kehityksen lisäksi tehokkuuteen ja laajennettuun käytettävyyteen koskien koko pakkausketjua. Pelkkä hieno design ei siis yksin enää riitä. Designin on myös oltava toimivaa koko pakkausketjua ajatellen.

- Eikä hienosta designista tarvitse tinkiä kunhan suunnittelu tehdään kokonaisuutena kaikki pakkausketjun osatekijät huomioiden, painottaa Olkkonen-Seppo, joka on toiminut pakkausalan suunnittelijana jo yli 15 vuoden ajan. Kun designpäätökset ovat balanssissa teknisen toteutuksen ja valmistuksen kanssa, on brändijohtajan lisäksi myös tuotantojohtaja tyytyväinen, lisää Maija Olkkonen-Seppo pilke silmäkulmassa.