

Maija Olkkonen-Seppo:

# Kuluttajalähtöinen ja uniikki pakkaus on keino erottua

Suomalainen Packdesign ID on kokonaisvaltaiseen pakkaussuunnitteluun ja –brändimuotoiluun erikoistunut designtoimisto. Pääomistaja ja toinen pääsuunnittelija Maija Olkkonen-Seppo ennustaa, että toimivien ja yksilöllisten pakkausten ja etikettien rooli korostuu entisestään tulevaisuudessa.

KUVA: Marko Simonen / Mediapool Finland

**P**ackdesign ID perustettiin vuonna 2008, kun silloinen Lumenen design manager Maija Olkkonen-Seppo ja hänen kollegansa Emma Kosonen huomasivat, ettei pakkaussuunnittelun alalla ole Suomessa toimijaa, joka keskittyisi kokonaisvaltaisesti tuotteen pakkaukseen ja sen merkitykseen brändin rakentamisessa.

Perinteiset mainostoimistot tarjosivat kyllä pakkaussuunnittelua, mutta se keskittyi pääosin graafiseen puoleen. Packdesign ID:llä puhutaan sen sijaan kokonaisvaltaisesta pakkaussuunnittelusta ja brändin rakentamisesta.

- Olemme erikoistunut toimija, joka ymmärtää pakkauksen kaikki puolet ja tekniset ominaisuudet. Suuri osa työstämme on graafista pakkaus- ja brändisuunnittelua, mutta teemme myös kaikkea muuta pakkaukseen liittyvää: pakkausmuotoilua, puhtaasti teollista muotoilua sekä tulevaisuuden pakkauskehitystä.

Yrityksen asiakkaista löytyy sekä markkinajohdajia että pieniä yrityksiä. Elintarvikesuunnittelua tehdään paljon sillä se on ala, jossa pakkaussuunnittelun tarve on jatkuvaa. Suunnitteluprojekteja tehdään myös esimerkiksi peli- ja elektroniikkapakkauksille, B2B- ja kuljetuspakkaamiseen tai vaikkapa Metson kaltaisille maailman johtaville teollisuusyrityksille. Myös etikettejä ja tarroja suunnitellaan kaikenlaisiin tuotteisiin. Mahdollisen etiketin rooli on huomioitava jo heti pakkauksen suunnitteluvaiheessa.

- Etiketeillä ja tarroilla voi olla todella suuri vaikutus pakkauksen toimivuuteen ja onkin ollut hienoa nähdä, kuinka niiden painatusmenetelmät ovat viime aikoina kehittyneet ja monipuolistuneet.

## Olosuhteet vaikuttavat materiaalivalintoihin

Kun pakkausta suunnitellaan, pidetään aina mielessä kaikki kokonaisuuteen vaikuttavat tekijät. Se, kuinka paljon materiaaleja voidaan käytännössä ottaa suunnitteluvaiheessa huomioon, riippuu aina asiakkaasta ja projektista.

- Aina emme pysty vaikuttamaan esimerkiksi etikettimateriaaliin, sillä uuden materiaalin tuominen tuotantoon saattaa olla liian pitkä tie yksittäisen projektin kohdalla. Pyrimme aina kuitenkin esittämään asiakkaille vaihtoehtoja, jotta myös etikettimateriaali tukisi suunniteltavaa designia parhaalla mahdollisella tavalla.

## Tulevaisuuden trendejä

Monet valmistajat keskittyvät päivittäistavaroitten pakkaamisessa pääasiassa tehokkuuteen, mikä usein näkyy myös päällepäin. Viime vuosina on kuitenkin ryhdytty panostamaan enemmän myös kuluttajalähtöiseen käytettävyyteen. Olkkonen-Seppo nostaa asiakkaistaan esimerkiksi Atrian, joka erottautuu tällä hetkellä kilpailijoista muun muassa aiempaa käyttäjäystävällisemmillä jauhelihapakkauksilla.

- Sanoisin, että kuluttajalähtöisyys on ehdottomasti suuntaus, joka vahvistuu tulevaisuudessa. Se on yksi kansainvälisistä pakkaustrendeistä. Nykyään brändit ymmärtävät että uniikilla muotoilulla, rakennesuunnittelulla ja käytettävyyssuunnittelulla brändiä voidaan rakentaa entistä tehokkaammin. Se on keino erottua ja tuoda brändille houkuttelevuutta. Positiivisen tuotekokemuksen aikaansaama hyvä mieli siirtyy brändiin ja vaikuttaa siten kuluttajan seuraavaan ostopäätökseen.

Muiksi tulevaisuuden trendeiksi Olkkonen-Seppo ennustaa esimerkiksi jatkuvasti kehittyvät ja keveämmät, ympäristömyönteiset materiaali- ja pakkausratkaisut sekä tavat, joilla voidaan todentaa tuotteen aitoutta, alkuperää ja koskemattomuutta tuoteväärännösten yleistyessä.

- Ja tietysti puhutaan koko ajan myös älykyydestä, digitaalisuudesta ja vuorovaikutteisuudesta. Kehitys on kuitenkin ollut aika hidasta. Tuotteeseen painettu älykkyys on silti ominaisuus, joka tulee etiketteihin ja tarroihin ennemmin tai myöhemmin. Erilaiset QR-koodit, indikaattorit ja laajennetun todellisuuden sovellukset ovat jo selkeä askel tähän suuntaan. ■