

Opakowania, które inspirują

Wybór nowości z sektora opakowań na Międzynarodowych Targach Reklamy i Poligrafii RemaDays Warsaw 2013

Na Międzynarodowych Targach Reklamy i Poligrafii RemaDays Warsaw specjaliści z branży mogą zapoznać się z kompleksową ofertą gadżetów reklamowych oraz usług dodatkowych, takich jak opakowania. Wszystko po to, by w jednym miejscu i czasie zwiedzający mógł skompletować informacje potrzebne do dokonania pełnego zamówienia. Przekonajmy się, jakie nowości z branży opakowań zaprezentowali wystawcy na tegorocznej imprezie.

⊕ KRZYSZTOF KOGUT

Dobrze skonstruowane opakowanie jest według ekspertów jednym z podstawowych kryteriów wyboru produktu przez klienta. Skuteczne opakowanie podkreśla walory produktu, spełnia oczekiwania cenowe producenta i jest użyteczne. Dzięki niemu odbiorca produktu kojarzy go z odpowiednią marką, a dzięki nieograniczonym możliwościom personalizacji można na nim umieścić szereg istotnych informacji lub wykorzystać je w działaniach marketingowych. Pudełko, torba reklamowa czy puszka mogą również stanowić wartość dodaną, co zwiększa prestiż naszego podarunku. Oto redakcyjny wybór opakowań, które naszym zdaniem nie powinny umknąć uwadze agencji reklamowych i dystrybutorów.

(BOMBONIERKA W PUDEŁKU BEZ KOMPROMISÓW)

Dwa projekty właściciela marki **Chocolissimo**, firmy MM Brown Polska, otrzymały nagrodę w prestiżowym konkursie Art of Packaging 2012, co jest najlepszym wyróżnieniem w polskiej branży opakowań. Twórcy marki bawią się z klientem smakiem, kolorem i kształtem czekoladek, ale również interesującymi opakowaniami, które wraz z produktem tworzą spójną całość. Czekoladki umieszczone w ciekawie zaprojektowanych pudełkach nie potrzebują dodatkowego opakowania i po dokonaniu zamówienia są gotowe do wręczenia. ✖

DOŚTAWCA: **Jotan**



(PUSZKA Z TŁOCZENIEM I FOTOREALISTYCZNYM WYDRUKIEM DOSTĘPNA DLA KAŻDEGO)

Technika druku cyfrowego na metalu pozwala już przy nakładzie kilkudziesięciu sztuk spersonalizować puszkę według potrzeb klienta. Jakość druku wykonanego tą metodą jest bardzo wysoka. Pozwala na użycie wybiórczo białego podkładu, co w wybranych projektach umożliwia uzyskanie srebrzystej powierzchni druku wynikającej z koloru materiału, jakim jest srebrna blacha. W tej technice można również stosować wybiórczo lakier błyszczący. Zastosowanie kilku warstw lakieru pozwala uzyskać efekt wypukłego druku. Firma Artbox oferuje również możliwość wykonywania tłoczeń na puszkach. ✖

DOŚTAWCA: **Artbox sp. z o.o.**



(PUDEŁKO, KTÓRE OCHRONI TWÓJ KUBEK)

Klienci zamawiający kubki reklamowe przykładają dużą wagę do indywidualnego charakteru opakowania i często zamiast klasycznego, białego pudełka decydują się na droższe, zadrukowane i uszlachetniane wersje. Nowoczesne metody znakowania i druku dają praktycznie nieograniczone możliwości personalizacji opakowań. Oprócz dowolnego nadruku na całej powierzchni dostępne są wyblyszczenia, matowienia, a także okienka w dowolnym kształcie. Firma oferuje kompleksową sprzedaż kubka i spersonalizowanego opakowania, co pozwala klientowi dokonać pełnego zamówienia u jednego dostawcy. ✖

DOSTAWCA: **Avant**



(REKLAMÓWKA O POŁOWĘ TAŃSZA I O 100% ŁADNIEJSZA)

Standardowa reklamówka kojarzy się z niską jakością nadruku, ale także z niską ceną. Pak-Hurt oferuje reklamówkę typu koszulka z folii HDPE z nadrukiem CMYK wysokiej jakości i rozdzielczości — w cenie niższej niż zwykła reklamówka. Dzięki technologiom posiadanym przez firmę na niedrogim i popularnym nośniku, jakim jest jednorazowa reklamówka typu koszulka, można umieścić treść reklamową o jakości zgodnej z tą, jaką umieszcza się na plakatach czy opakowaniach promocyjnych. To ciekawa i niedroga alternatywa dla klasycznych kilkukolorowych reklamówek. ✖

DOSTAWCA: **Pak-Hurt**



(JAK OPAKOWAĆ SETKI MINIGADŻETÓW?)

Małe przezroczyste woreczki foliowe, które znajdują się w ofercie firmy Fino, świetnie nadają się do zabezpieczenia drobnych upominków. Oprócz produktu firma świadczy również usługi pakowania. Woreczki można znakować, a klient nie musi się przejmować, w jaki sposób zapakować setki swoich produktów. Opakowanie foliowe nie jest inwazyjne i w pełni prezentuje produkt. Jego głównym zadaniem są funkcje ochronne. ✖

DOSTAWCA: **Fino**

