

КРАСИВО ПИТЬ НЕ ЗАПРЕТИШЬ



Дизайн упаковки алкоголя вполне может быть произведением искусства, что помогает продукту стать более продаваемым.

Дизайн упаковки алкоголя – важнейшее оружие в борьбе производителей с конкурентами. Это связано с многогранностью упаковки. С одной стороны, она является мощным рекламным носителем, с другой – дизайн упаковки позволяет добавлять продукту дополнительную ценность, создавать нужный характер и настроение.

Производители алкоголя по всему миру не устают удивлять потребителей новыми линейками продукции. Содержание часто остается прежним, а вот упаковка может просто поражать воображение, являясь по сути дела произведением искусства или последним функциональным и практичным словом науки и техники. О таких шедеврах маркетинговой мысли, удививших потребителей в последнее время, и пойдет речь ниже.



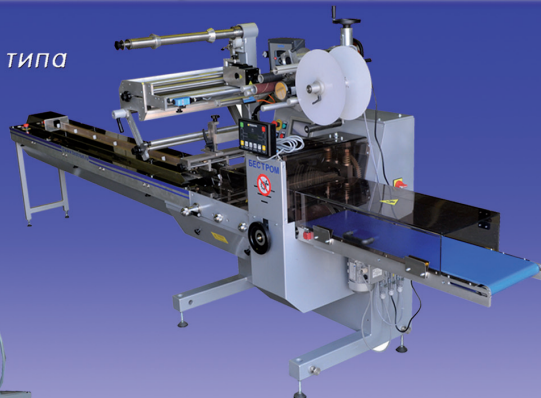
БЕСТРОМ УПАКОВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

BESTROM Искусство упаковывать с 1989 г.

Высокое качество, гарантии, скидки!

Производимое оборудование:

- *Упаковочные автоматы вертикального и горизонтального типа
- *Дозаторы объемные и весовые
- *Автоматы для групповой упаковки
- *Этикетировочные автоматы
- *Загрузочные элеваторы, транспортеры



ЗАО "Бестром"

143405, Московская обл.,

г.Красногорск

Ильинское шоссе, д.15

тел. 8 (495) 580-81-02, 562-24-29

факс 8 (495) 563-86-34, 970-01-16

E-mail: company@bestrom.ru

Коктейли Good Times

Новая линия алкогольных напитков от Good Times Beverages – это качественный продукт, упакованный в экологически чистые повторно закрывающиеся устойчивые пакеты дой-пак объемом 200 мл.



Пакеты для Bob & Stacy's Premium Margarita (коктейль «Маргарита» на основе текилы) производятся из фольги на основе переработанного алюминия, которая покрыта тонким слоем полимерной пленки. Каждый дой-пак снабжен крышкой, обеспечивающей длительное хранение напитка. Такая упаковка обладает высокими барьерными свойствами и сохраняет аромат коктейля на протяжении года с момента розлива. Если напиток открыть, то его свойства, благодаря закрывающейся крышке, сохраняются в течение трех месяцев.

Компактная упаковка от Good Time Beverages удобна для хранения и транспортировки. Производитель утверждает, что вес одного пакета составляет лишь 10% от веса ПЭТ-бутылки такого же объема.

Ликеры SX «Your Drink. Sexier!»

Компания SX Latin Liqueur выпустила новую линейку ликеров. Напиток выпускается в бутылках объемом 750 мл и 1 л. В ходе работы над их дизайном производитель искал форму одновременно динамичную и женственную. В результате появилась емкость, которая «навевает мысли о чувственных латиноамериканских танцах». Эта идея принадлежит нью-йоркской дизайнерской студии 4sight inc. Ее президент Стюарт Лесли отметил: «Фигуристая форма бутылки ассоциируется с чувственностью и таинственностью. Мы черпали вдохновение в линиях женского тела и плавных музыкальных ритмах».

Вся бутылка, за исключением небольшого прозрачного участка сверху, имеет матовую поверхность, напоминающую женское платье во время танца. Стильные серебристые крышки, поставляемые Taropex, снабжены искусственной пробкой. Крышки производятся методом литья под давлением, они очень прочные и снимаются без труда.

Вместо традиционной этикетки – краткий текст в верхней части емкости. Каждому названию соответствует свой цвет – красный для SX-chachacha, желтый для SX-samba и зеленый для SX-calypto.



Шесть ликеров в одном bag-in-box.

Шведский алкогольный бренд со скромным названием «No.1» выпустил сразу шесть алкогольных напитков в одной коробке, выполненной по известной технологии bag-in-box (пакет в коробке) фирмы Rarak. Компания No.1 в своем сегменте рынка пользуется репутацией новатора, она уже давно использует bag-in-box для упаковки своей продукции.



В каждой коробке содержится шесть 0,5-литровых пакетов с алкогольными напитками. В черной – джин, водка и четыре типа вермута (Bianco, Extra Dry, Rosso Sweet и Rosso Bitter), в белой – джин, ром, чистая водка и три ароматизированных водки (с бананом, киви и сочетанием шоколада с апельсином).

Упаковка bag-in-box хорошо защищает напитки как до, так и после открытия. Она обладает высокими барьерными свойствами, позволяет выпускать продукт без консервантов, не бьется, имеет легкий вес и доступна по цене. Bag-in-box легко хранить дома и перевозить с места на место. Благодаря встроенному крану, из нее удобно наливать напиток. Кстати, этот формат за рубежом очень любят экологически сознательные граждане.

Вспененный коктейль Bols

Lucas Bols основана в Амстердаме в 1575 году, является одной из старейших в мире компаний по производству крепкого алкоголя. Недавно в сотрудничестве с Rexam Personal Care она разработала первый и единственный в мире вспененный ликер под названием Bols.

Новинка разливается в стеклянные бутылки объемом от 200 мл и больше. Сверху, на месте крышки, расположен фирменный мини-пенообразователь Rexam M3 с «двигателем» S 10. Одна бутылка рассчитана на создание двух литров пенного напитка. Пена держит форму в течение 15 минут.





устойчивая пена. При этом дополнительно не используется никаких химических веществ.

Водка Smirnoff Caipiroska в «пкурке»

Производитель водки Smirnoff продолжает внедрять различные оригинальные идеи, чтобы привлечь как можно больше потребителей. На сей раз бразильские дизайнеры придумали упаковать бутылку во фруктовую кожуру. Для этого использован термоусадочный рукав из полимерного материала.



А чтобы еще усилить «фруктовую» тему, бутылки упакованы в деревянные ящики с соломой – так обычно перевозят и хранят фрукты.

Получилась весьма оригинальная упаковка. Однако аналитики отмечают небольшую нестыковку. Одно из



наименований в линейке Smirnoff Caipiroska – водка со вкусом клубники. Но, в отличие от лайма или лимона, с нее не снимают кожуру перед тем, как съесть.

Ursus Vodka с индикатором температуры

Недавно Diageo запустила линейку водки тройной дистилляции Ursus Vodka. В нее вошли традиционная Original vodka, а также Blue Raspberry («Голубая малина»), Green Apple («Зеленое яблоко») и Punch («Пунш») с фруктовыми вкусами.

Линейка производится по оригинальным семейным исландским рецептам начала XX века. С 1995 года эта технология была приобретена Ursus, сейчас водка производится в Нидерландах.



Разливается Ursus Vodka в бутылки объемом 750 мл. Этикетка на бутылке является цветовым индикатором, ее цвет способен меняться в зависимости от степени охлажденная напиток. Например, в морозильной камере этикетка Blue Raspberry станет синей, а если поместить бутылку просто в холодильник, то такого цвета она не достигнет.

В целом, рынок современной упаковки для алкоголя пестрит новинками, еще раз доказывая, что именно оригинальный дизайн – решающий фактор в борьбе с конкурентами, который должен убедить потребителя из нескольких десятков подобных продуктов (по типу, стране-производителю, цене) выбрать один. А выберет он его в том случае, если поверит в качество и соответствие внешнего вида внутреннему содержанию. Вот и не жалеют ни сил, ни времени производители алкоголя на разработку дизайна упаковки продукции. Ведь дизайн должен не просто привлечь внимание, но и дать максимальную визуальную информацию о продукте, заставить поверить в его качество, а, значит, помочь выиграть последний бой за потребителя у конкурентов.

Екатерина Фокина

