

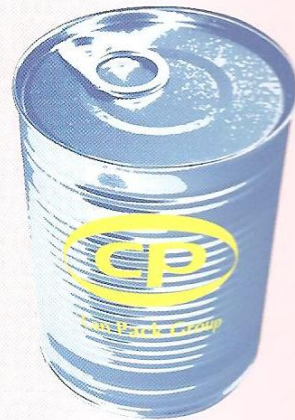
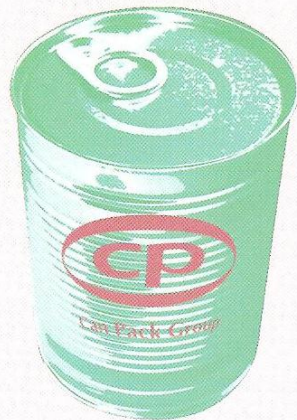
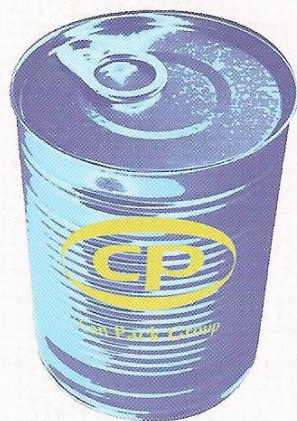
Packaging[®]

POLSKA

magazyn dla nowoczesnego przemysłu opakowaniowego



Rynek opakowaniowy, by zachować minimalną choćby rentowność, także wobec stale rosnących kosztów produkcji, musi być niezwykle innowacyjny. Tę innowacyjność już zauważamy, dlatego wżądne warto bywać na wszystkich poważnych imprezach targowych.



POLAGRA

Ala Port
Mercer's Wine Ice-Cream

PEACH
WHITE ZINFANDEL

BERRY
CHARDONNAY

Wine Ice Cream

Wine Ice Cream

Wine Ice Cream

One Pint
(473 mL)

Zawartość alkoholu – aż do 5 proc. Ograniczenia - ponad 21 lat, żeby je kupić" – ostrzega Mercer's w folderze informacyjnym swojego produktu. Wymienia też smaki: Ala Port, Cherry Merlot, Peach White Zinfandel, Red Raspberry Chardonnay, Royal White Riesling. Niewyobrażalne dla nas połączenie lodów i wina stało się specjalnością Mercer's, który sprzedaje swoje desery (dorosłym) smakoszom w całym Stanach Zjednoczonych.

Stworzenie opakowania dla tak nowatorskiego produktu było niematym wyzwaniem: pojemniki na winne lody stworzyli projektanci z Pinckney Hugo Group.

Winne lody Mercer's to nie jest produkt „o smaku” wina – zawierają one prawdziwe lody i prawdziwe wina najlepszych gatunków. Dla wzbogacenia doznań do każdego z wariantów dodaje się specjalnie dobrane owoce – brzoskwinie i maliny.

Cathy Van Order z Pinckney Hugo Group wyjaśnia, jak ważna jest w tym przypadku klarowność i jednoznaczność przekazu płynącego z opakowania – ponieważ produkt żyje w sklepie własnym życiem, a jego producent ma nad nim ograniczoną kontrolę. Wydaje się to istotne zwłaszcza w przypadku produktów nietypowych i produktów z ograniczeniami. Lody winne zasadniczo powinny być w sklepach dostępne w dziale alkoholu, ale może się zdarzyć, że trafią do lodówek z lodami. W takim przypadku to opakowanie poinformuje konsumenta o zawartości alkoholu w produkcie. Projektanci zdecydowali się na realistyczny wizerunek kieliszka wina, który jednoznacznie kojarzy się alkoholem, jednocześnie wywołując pozytywne skojarzenia u wielbicieli win. Przy tym kolor wina w kieliszku to prawdziwy kolor lodów w pojemniku – zachwycająca kompleksowość pomysłu, a design kartonowego opakowania utrzymany jest w stylu etykiet winiarskich, co również kojarzy się jednoznacznie z grupą produktową. Białe tło to prostota i świeżość produktów „premium”, nie zapomniano też, wzorem producentów In, o krótkim opisie walorów smakowych deseru oraz o miłym słówku „Cheers!”. Na zdrowie!!!

the ultimate pairing

the ultimate pairing

Lody tylko dla dorosłych

© Mercer's

RED RASPBERRY
CHARDONNAY

ROYAL WHITE
RIESLING

Wine Ice Cream

Wine Ice Cream

the ultimate pairing

the ultimate pairing

One Pint
(473 mL)

the ultimate pairing

One Pint
(473 mL)