Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΩΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ DESIGN

Η Εικόνα του Ελληνικού Ελαιολάδου στην Παγκόσμια Αγορά

artstudio artemis kokkinaki GRAPHIC DESIGN

ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ-1

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΕΣ ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ

Ονομασία / Κατηγορία Ελαιολάδου
(μαζί με την επεξήγησή της)

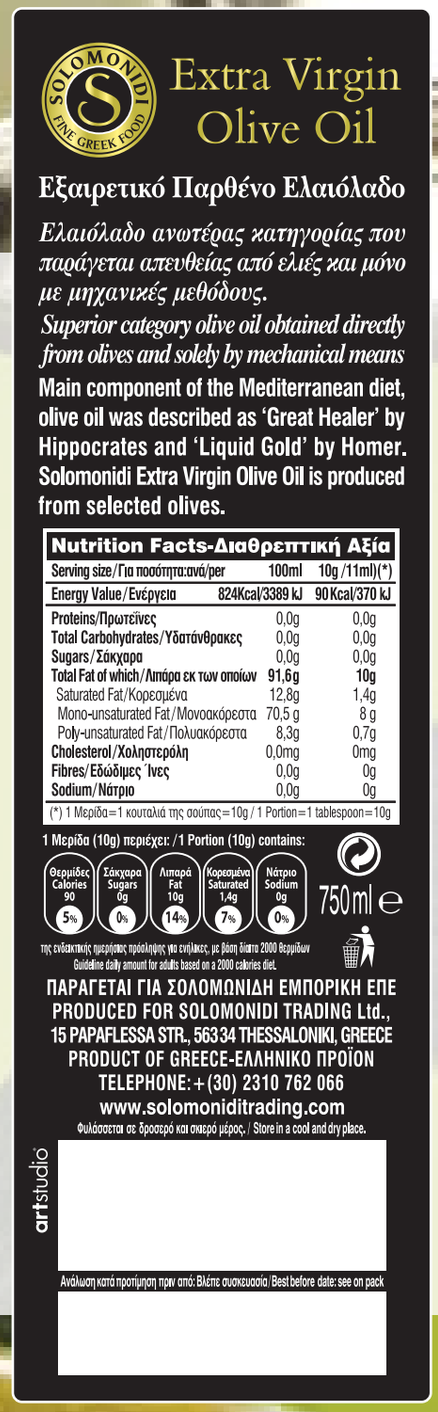
Στοιχεία του Εμφιαλωτή
(πχ EL 40... για Έξτρα Παρθένα Ελαιόλαδα)

Η Περιεκτικότητα της φιάλης/συσκευασίας
(πχ φιάλη 500 ml, δοχείο 3 liters κα)

Η ένδειξη Ελληνικό Προϊον ή η αναγραφή Προϊόν Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ημερομηνία παραγωγής ή LOT Number

Ημερομηνία Λήξης



ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ-2

Περιγραφικές πληροφορίες για κάθε ποιοτική κατηγορία ελαιολάδου

ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
α) Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο	Ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας που παράγεται απευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους
β) Παρθένο Ελαιόλαδο	Ελαιόλαδο που παράγεται απευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους
γ) Ελαιόλαδο - αποτελούμενο απόεξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα	Έλαιο που περιέχει αποκλειστικά ελαιόλαδα που έχουν υποστεί εξευγενισμό και έλαια που έχουν παραχθεί απευθείας από ελιές
δ) Πυρηνέλαιο	Έλαιο που περιέχει αποκλειστικά έλαια που προέρχονται από επεξεργασία του προϊόντος που ελήφθη μετά την εξαγωγή του ελαιολάδου και έλαια που ελήφθησαν απευθείας από τις ελιές ή Έλαιο που περιέχει αποκλειστικά έλαια που προέρχονται από επεξεργασία των πυρήνων της ελιάς και έλαια που ελήφθησαν απευθείας από τις ελιές

ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Σε ορισμένες χώρες εξαγωγής όπως πχ Ρωσία, Κίνα απαιτείται και η αναγραφή των στοιχείων του εισαγωγέα πάνω στην ετικέτα

ΜΙΑ ΝΟΜΟΤΥΠΗ ΕΤΙΚΕΤΑ/ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΔΙΑΒΑΤΗΡΙΟ, ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Η Συσκευασία είναι ο περιέκτης του προϊόντος.

Ο ρόλος της Συσκευασίας είναι:

- Να προφυλάσει
- Να αποτελεί μέσο μεταφοράς
- Να διατηρεί και
- Να διασφαλίζει την Προστασία του Ελαιολάδου

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΟ MERCHANDISING

Ωστόσο η επιλογή της συσκευασίαςθα πρέπει να γίνει με ιδιαίτερη ευαισθησία τόσο για θέματα λειτουργικά όσο και για θέματα αισθητικής λαμβάνοντας υπ' όψιν τους παρακάτω παράγοντες:

- **τό Target Group**
  (που απευθυνόμαστε)
- **τον Προορισμό της / τη διανομή**
  από την οποία εξαρτάται και ο τύπος της συσκευσίας που θα επιλεγεί (φιάλη, δοχείιο, πλαστικό κτλ)
- **την Ποιότητα της Συσκευασίας**
  (να εκπληρεί τις προδιαγραφές πχ να κλείνουν καλά τα πώματα, ή να ανοίγου εύκολα, να μην τρέχουν τα δοχεία κα)
- **τη συμβατότητα της συσκευασίας σύμφωνα με τα σημερινά αισθητικά πρότυπα και τάσεις που επικρατούν.**
  (αποφεύγουμε τις κουρασμένες φιάλες, και ευαισθητοποιούμεθα σε νέες συσκευασίες φιλικές προς το περιβάλλον.

Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΩΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

συνήθεις συσκευασίες

διαφοροποιημένες (ειδικές) φιάλες ελαιολάδου

ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΣ για την εμπορευσιμότητα του Ελαιολάδου η **ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ** από τον ανταγωνισμό

1) ΓΙΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ ΕΥΡΕΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ: ΟΜΟΙΟΓΕΝΕΙΑ + ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

(δηλαδή υπάρχουν κοινά χαρακτηριστικά στην εμφάνιση πχ οι φιάλες, τα χρώματα που είναι συνδεδεμένα με το ελαιόλαδο + στοιχείο της διαφοροποίησης

2) ΓΙΑ PREMIUM ΠΡΟΪΟΝΤΑ: ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

(Μοναδικότητα)

Η συσκευασία και κυρίως το design
πρέπει να δημουργούν την επιθυμία
αγοράς του προϊόντος.

Είναι η προέκταση της στρατηγικής
Μαρκετινγκ της Εταιρείας
διότι αποτελούν τον συνδετικό κρίκο
μεταξύ
της μάρκας/Brand και του καταναλωτή.

Οι καταναλωτές αφιερώνουν μόνο μερικά δευτερόλεπτα στα ράφια των super markets και σε αυτά τα λίγα δευτερόλεπτα το design πρέπει να ξεχωρίσει μέσα από την πληθώρα των ανταγωνιστικών προϊόντων.

Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις γνωρίζουν καλύτερα από τον καθένα ότι σημαντικό μέρος της επιτυχίας ενός προϊόντος αποτελεί και η αισθητική του/design.

Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΩΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ DESIGN

1) DESIGN BRIEF

Το πρώτο στάδιο για ένα επιτυχημένο design είναι η σωστή πληροφόρηση με όλα τα στοιχεία που αφορούν το προϊόν.

Το Design Brief όπως ονομάζεται στο χώρο του packaging είναι πολύ σημαντικό στη μελέτη του σχεδιασμού μιάς συσκευασίας.

Ενα σωστό brief περιλαμβάνει :

- **πληροφορίες για το προϊόν,**
- **το target group (που απευθύνεται)**
- **στοιχεία του ανταγωνισμού**
- **το είδος και το μέγεθος της συσκευασίας**
  (φιάλη, can, miniature,κτλ)

Επίσης σημαντικό είναι καθοριστεί το **κόστος/budget, η ποσότητα** και να συζητηθεί ο **τρόπος εκτύπωσης**.

Είναι πολύ σημαντικές αυτές οι πληροφορίες πρίν τον σχεδιασμό γιατί κατευθύνουν σε σωστό δρόμο το δημιουργικό σκεπτικό.

ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ DESIGN

2) ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ένα επιτυχημένα δημιουργικό βασίζετα:

-στην ελκυστικότητα του σχεδιασμού

-στα χρώματα και σχήματα που έχουν επιλεγεί

-στη λειτουργικότητα

-στην καινοτομία

(μια καινοτόμα συσκευασία πάντα προκαλεί την προσοχή)

-στην πληροφόρηση

-στην διέγερση περισσοτέρων της μιας αισθησης

(πχ όρασης, αφής πράγμα που ελκύει περισσότερο τον καταναλωτή).

Μία προσεγμένη συσκευασία αποτελεί μέσον επικοινωνίας για την ποιότητα του ελαιολάδου,

Η συσκευασία πρέπει να δημιουργεί μνήμη για τη μάρκα στη συνείδηση του καταναλωτή.

ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ DESIGN

Ο μόνος δρόμος για να κτίσετε την εικόνα του προϊόντος σας (θεωρόντας πάντα την ποιότητα ως δεδομένη) είναι να μην μιμείστε τον ανταγωνιστή αλλά να προχωράτε με καινούργιες καινοτόμες ιδέες. Στόχος όλων είναι η διαφοροποίηση.

Όπως ήδη αναφέραμε:

Τα ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΥΡΕΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ/ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Διατηρούν/ έχουν τα κοινά χαρακτηριστικά της κατηγορίας που ανήκουν+διαφοροποίηση

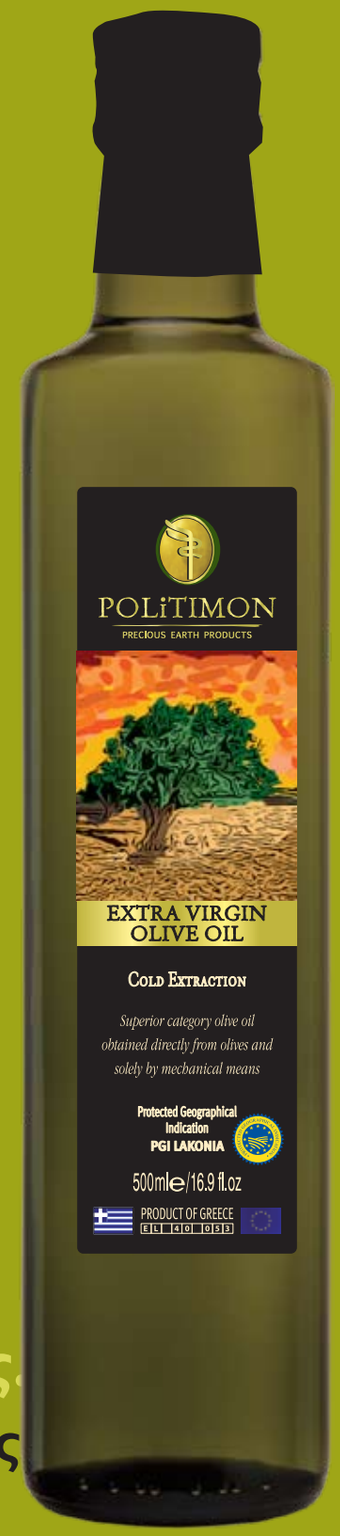
Τα PREMIUM ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Μοναδικότητα.

Μία καλή συσκευασία στο σύνολο της (περιέκτης/design) προσελκύει τον πελάτη ενώ ταυτόχρονα αντιπροσωπεύει γι αυτόν / του επικοινωνεί σε μικρογραφία την εικόνα / ύφος της επιχείρησης.

Γίνετε Απαιτητικοί στο DESIGN και την παρουσίαση του προϊόντος σας.

Συνεργαστείτε με ειδικούς στον τομέα της συσκευασίας και της εκτύπωσης



ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ DESIGN

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ DESIGN

Ένα καλό δημιουργικό συνεπάγεται και μία προσεγμένη εκτύπωση προκειμένου να αποδοθεί σωστά.

ΕΚΤΥΠΩΣΗ

Σήμερα με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, και των υλικών οι δημιουργοί μπορούν να εκφραστούν με πολλούς τρόπους. Βλέπουμε μικρές και μεγάλες ετικέτες, ετικέτες σε διάφορα σχήματα/κοπτικά, ετικέτες τυπωμένες ειδικά χαρτιά, σε πλαστικά ρολά και σε διαφανή αυτοκόλλητα.
Στο σημείο αυτό θέλω να σας αναφέρω οτι η επιλογή του εκτυπωτή όπως και του εικαστικού δημιουργού της ετικέτας θα πρέπει να γινει με αυστηρά κριτήρια και βάσει επιτυχημένων εργασιών στον κλάδο.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ

Είναι λυπηρό για κάθε δημιουργό που έχει σχεδιάσει μία ωραία αισθητικά ετικέτα να βλέπει την εργασία του να αλειώνεται λόγω κόστους.
Λάθος προσαρμογές σε ετικέτες προκειμένου να προσαρμόζονται σε υπάρχοντα κοπτικά καλούπια, αλλαγές χρωμάτων λόγω τρόπου εκτύπωσης και πολλά άλλα υποβαθμίζουν συχνά τις ετικέτες και αλλοιώνουν την εικόνα του προϊόντος.
Δεν υποτιμώ τον παράγοντα του κόστους. Όμως και αυτός αποτελεί πολλές φορές μία διφορούμενη κατάσταση.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση στην οποία ο πελάτης ζήτησε και επιβαρύνθηκε τυπωμένα δείγματα από δύο τυπογραφεία προκειμένου να δεί το αποτέλεσμα.
Με τις ίδιες οδηγίες, την ίδια μήχανή εκτύπωσης είχαμε μια τελείως διαφορετική απεικόνιση.

ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ DESIGN

ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ

**Στο σημείο αυτό θέλω να τονίσω ότι η συνεργασία του πελάτη με τον δημιουργό και στα θέματα εκτέλεσης ειναι αναγκαία για ένα επιτυχημένο αποτέλεσμα.
Όπως σε κάθε τομέα υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι εκτέλεσης μιας εργασίας έτσι και η εκτύπωση έχει προδιαγραφές, τις οποίες ο πελάτης δεν γνωρίζει.
Θα πρέπει λοιπόν να ζητήσει την καθοδήγηση και την επιμελεια της εκτύπωσης από τον δημιουργό /γραφίστα και όχι να βασιστεί στην τιμή του τυπογράφου χωρίς να γνωρίζει ποιά διαδικασία θα ακολουθηθεί.**

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Όσον αφορά, τη θέση του ελληνικού ελαιολάδου-από πλευράς παρουσίασης του στο διεθνές σκηνικό, τονίζεται η αναγκαιότητα της έρευνας για την εύρεση και το κτίσιμο της εικόνας του.

Παράμετρος της εικόνας αυτής είναι και το "ένδυμά" του, που από την αισθητική πλευρά μπορεί να επικοινωνήσει με νέους και διαφορετικούς από τους μέχρι τώρα τρόπους έκφρασης, την Ελληνικότητά του.

Άρτεμις Κοκκινάκη
Creative Director

www. artstudio.gr

artstudio® artemis kokkinaki GRAPHIC DESIGN

κρίτωνος 3, 146 71 Πολιτεία , Κηφισιά τηλ. 210 620 70 41, 210 620 70 90