

# Тренды в дизайне упаковки

## (экологичность — тренд первый)

С.И. Чуев, Союз дизайнеров Украины, г. Киев

*Напомним читателям, что в начале апреля прошлого года во время выставки «Пак Экспо» Сергей Чуев, председатель Союза дизайнеров Украины (в 2012 г. отметил 25 лет своей деятельности), и Ольга Степанова, председатель крымского отделения Союза, провели удивительный по тематике и насыщенности информацией мастер-класс «Тренды в дизайне упаковки». Тогда же редакция журнала договорилась о рассмотрении всех 10 трендов на страницах журнала. Вступительная статья на данную тему была напечатана в журнале «Упаковка», № 4, 2012 г., с. 71–72. В этом номере речь пойдет о первом тренде в дизайне упаковки — экологичности.*

От редакции

### Три стороны одной медали

Да, конечно, экология сейчас у всех на слуху. Это слово так часто употребляется, что уже почти потерялся его истинный смысл. Давайте все-таки попробуем разобраться, что такое экологичность упаковки и как она выражается через ее дизайн. Данный вопрос нужно рассматривать с нескольких сторон.

**С одной стороны** находится производитель упаковки. Он сталкивается с целым рядом проблем в производстве, балансируя между необходимостью снижения нагрузки на окружающую среду с одной стороны и обеспечения заданных эксплуатационных свойств и предотвращения потерь продукции на всех этапах ее поставки и реализации — с другой. Не последнюю роль, конечно же, занимает себестоимость продукции, и, что греха таить, ради ее снижения производитель зачастую жертвует экологией. Такой пренебрежительный подход к различного рода упаковке сделал ее потенциальным разрушителем окружающей среды.

Однако теперь появились экологически чистые упаковки. Дружественная для окружающей среды упаковка для товаров из безопасных материалов может разлагаться даже микроорганизмами, обитающими в почве.

Сегодня многие крупные производители самых различных товаров потребления, приняли политику использования экоупаковки, а ее разработчики и производители предлагают множество оригинальных вариантов. Например, итальянская группа компаний Lucart разработала метод переработки упаковок Tetra Pak. Эта безотходная технология представляет собой механический процесс физического разделения всех компонентов упаковки, включая целлюлозу, полимерную пленку и алюминий, для вторичной переработки всех этих материалов. Кроме того, используя разработанный в Италии полимер природного происхождения, Lucart создала биоразлагаемую упаковку для готовой продукции из бумаги. Компания также производит бумажные ска-

терти, текстурированные под ткань, медицинские салфетки с натуральной антибактериальной пропиткой и многофункциональную биологически активную туалетную бумагу из вторичной целлюлозы. По белизне и мягкости эта бумага не уступает бумаге из первичной целлюлозы. К тому же она прошла обработку микроорганизмами, не изменяющими ее химических, механических и тактильных свойств. Эти микроорганизмы — бактерии бацильного класса, они безопасны для кожи и слизистой человека, активизируются только при контакте с большим количеством воды и расщепляют органические субстанции. Регулярное использование бумаги в течение трех недель удаляет запахи в туалете, сокращает или полностью устраняет необходимость в очищении всей канализационной системы. Такая разработка наглядно доказывает, что продукция вторичной переработки обладает более высоким качеством и многофункциональными эксплуатационными характеристиками.



С другой стороны этого вопроса находится потребитель. Очень интересное исследование провела компания Euromonitor International по заказу «Тетра Пак» в 2010–2011 гг. Было опрошено более 6 600 потребителей и свыше 200 крупных промышленных предприятий в 10 странах. Около 88 % респондентов заявили, что предпочитают приобретать товары в упаковке, которая может вторично перерабатываться.

Экологические факторы оказывают все большее влияние на потребительский выбор, что отразилось в исследовании, демонстрирующем важность экологических характеристик упаковки для производителей пищевых продуктов, предприятий торговли и индустрии упаковки. Примерно 83 % опрошенных производителей пищевых продуктов и представителей торговли заявили, что учитывали экологические моменты при выборе упаковочных решений для напитков.

По результатам исследования, потребители ищут информацию о воздействии продуктов на окружающую среду. Около половины потребителей заявляют, что недостаток информации об экологичности продукта имеет значение при его выборе, а наличие на упаковке соответствующей символики помогает им определить степень ее воздействия на окружающую среду. Проведенное исследование также показало, что потребители охотнее делают выбор в пользу экологичных продуктов, если это не влияет на их цену и качество.

Около 28 % потребителей сказали, что покупали бы менее вредные для окружающей среды продукты даже по более высокой цене.

В большинстве стран картонная упаковка считается самой экологичной. Картон признали наиболее безвредным упаковочным материалом 62 % опрошенных потребителей, тогда как 52 % сказали то же самое о стекле,

32 % — о жесте и лишь 18 % — о полимерах.

А с третьей стороны нашего экологического вопроса находится дизайнер, который должен угодить потребителю, но при этом соблюсти все интересы производителя. Самый простой, но и самый неблагодарный путь, которым шли многие дизайнеры — это создание «псевдоэкологической» упаковки. Наверняка, многие помнят полимерную упаковку, декорированную под плетеные корзины, деревянные бочонки или ламинированный картон, имитирующий деревянный ящик. Таких примеров множество, некоторые из них до сих пор «украшают» наши прилавки. Но радует тот факт, что в последнее время появляется все больше дизайнерских решений, которые действительно являются экологичными — и визуально, и на практике.

Например, экологически чистая картонная упаковка, которую изобрел



Рис. 1.



Рис. 2.



Рис. 6.



Рис. 3.



Рис. 4.



Рис. 7.



Рис. 10.



Рис. 5.



Рис. 8.



Рис. 9.



Патрик Санг, проста в использовании и весьма полезна (рис. 1). Главное ее достоинство в том, что она способна принимать любую необходимую форму, даже самую нечеткую, благодаря своей треугольной перфорации. Таким образом, данная картонная упаковка способна заменить любую полимерную коробку для товара.

Дизайнером Эндрю Кимом была разработана экологическая бутылка кока-колы (рис. 2). Она имеет простую форму, что упрощает процесс транспортирования и дальнейшей переработки данной упаковки. Экологические бутылки для кока-колы изготавливаются из специального биополимера, который безопасен для окружающей среды.

Упаковка **Stumptown** (рис. 3) сочетает в себе функциональность и безопасность для окружающей среды. Разработана дизайнером Дуэном Соренсоном. На упаковке есть специальный кармашек, в который вставляется

карточка с характеристикой зерен: запах, вкус, аромат. Сама же упаковка сделана из «зеленых» материалов и легко разлагается микроорганизмами при попадании в почву.

Сумки «60» (рис. 4), возможно, самые экологически чистые — они абсолютно экологически чисты. Главным материалом при их производстве является льняная ткань. Кроме того, все остальные элементы сумки изготавливаются из переработанных отходов. Сумка абсолютно безопасна для почвы и окружающей среды.

В то время как многие производители кондитерской продукции стараются использовать в качестве упаковки яркие, но при этом не всегда экодружественные материалы, упаковка **Askinosie** для шоколада (рис. 5) является прекрасным примером того, как стильный дизайн может сочетаться с экологичностью. Упаковка изготавливается из «старой» бумаги, а шрифт напоминает классический шрифт пишущей машинки. При этом ретро-пакет выглядит весьма привлекательно. Современные потребители хотят покупать экологически чистую посуду, но в то же время одноразовую, чтобы не тратить время на ее мытье. Такое противоречие было преодолено нью-йоркской компанией — производителем посуды **VerTerra** (рис. 6–9). Она производит одноразовые тарелки и чашки из опавших листьев. Посуда изготавливается из листьев и воды по особой технологии с помощью пара и тепла. Причем при ее изготовлении не используется никаких химических веществ, красителей, полимеров, воска и т. п. Важная особенность этой посуды — возможность ее использования в микроволновой печи, духовке и холодильнике.

Эдвардс из Гарвардского университета, который прославился созданием «вдыхаемой еды». Среди прочего ученый изготовил кофеиновый и шоколадный ингаляторы, поступившие в продажу и вызвавшие неоднозначную реакцию. Новый проект называется **WikiCells** (рис. 10). Согласно официальному описанию «викиклеток», они состоят из «мембран натуральных пищевых продуктов, содержащих жидкости, эмульсии, пены или твердые вещества». Упаковку Эдвардса можно сравнить с вареным куриным яйцом. Тогда поверхностный (защитный) слой WikiCells по аналогии будет скорлупой (из биоразлагаемого полимера), съедобная оболочка — белком, а содержимое упаковки — желтком. Как вариант, никакой скорлупы в WikiCells может и не быть (рис. 11). Эдвардс надеется в ближайшее время создать прототип съедобной бутылки и опробовать деликатес в ресторанах и специализированных магазинах. А в обозримом будущем ученый мечтает построить машину, которая позволит потребителям производить WikiCells на дому — «с практически неисчерпаемым разнообразием мембран и форм, с широким спектром пищевых продуктов и напитков». Заметим, что идея съедобной упаковки, обертки и посуды стара как полимерный мир, но ее реализация масштабной пока еще не была и являлась либо причудливым экспериментом (одежда из молока), либо арт-проектом (платье из вина).

### И еще дальше...

Как мы видим, ученые всего мира активно работают, делая упаковку все лучше и экологичней, разрабатывая новые экотехнологии и тем самым открывая новые горизонты для дизайнеров упаковки. Понятно, что мы находимся в реалиях сегодняшнего дня, нашей страны, нашей экономики, производства и т. д. Но, без сомнения, именно тот, кто сделает ставку на экотехнологии завтрашнего дня и станет создавать для них красивый, современный экодизайн, и будет завтра владеть сердцами (и кошельками) горячо всеми нами любимого потребителя! *У*



Рис. 11.



Все иллюстрации к статье взяты из открытых источников в качестве примеров. Все права на изображенные на них упаковки принадлежат их правообладателям.

### А если пойти дальше...

А что, если, отказавшись от вредных для экологии синтетических полимеров, изготовить лотки для пищевых продуктов и емкости для напитков съедобными, наделить их соответствующей вкусовой палитрой. Так, упаковка для кетчупа будет иметь вкус томата, а пакет из-под вина — винограда. С такой экстравагантной инициативой выступил доктор Дэвид