

# CONTRIBUȚII ÎN SOLUȚIONAREA ESTETICĂ ȘI CONSTRUCTIVĂ A AMBALAJELOR PENTRU PRODUSELE DE ÎNCĂLȚĂMINTE PENTRU BĂRBAȚI

Sanda SĂNDUȚĂ

Universitatea Tehnică a Moldovei

**Abstract:** Astăzi, ambalajul, se dorește ca o reprezentare fidelă a produsului, evidențiindu-se prin formă, grafică și culoare. La crearea acestuia se va ține cont de un șir de factori economici, culturali și sociali, caracteristici mediului în care va fi promovat acest ambalaj. Ambalajul este învelișul exterior al unui produs destinat vânzării-cumpărării și constituie un important promotor al comercializării, denumit la mod figurat „vanzătorul mut”, proiectarea lor amănunțită este foarte importantă, imaginea exterioară a produsului devenind indispensabilă, indiferent de natura acestuia.

**Cuvinte-cheie:** ambalaj, redesign, formă, funcționalitate, estetică.

Ideea de a crea un concept original pentru ambalajele de încălțăminte a venit atunci, când a devenit clară importanța preocupării noastre comune de sănătatea mediului ambiant. Astfel, a fost definit un obiectiv de a elabora un ambalaj funcțional și reutilizabil, care are menirea de a fi un produs ecologic, constituit din materiale degradabile și nu în ultimul rând atractiv, din punct de vedere estetic. Al doilea obiectiv este elaborarea unor forme noi de ambalaje.

Ambalajul a devenit unul dintre cele mai importante criterii în alegerea oricărui produs. Astfel, putem spune că ambalajul este mai mult decât un component al produsului, el este un produs aparte, care necesită o deosebită atenție în proiectare.

Conform literaturii de specialitate [1], **ambalajul** este învelișul exterior al unui produs destinat vânzării-cumpărării și constituie un important promotor al comercializării, denumit la mod figurat „vanzătorul mut”. La fel, în literatura de specialitate sunt evidențiate următoarele funcții ale ambalajelor [3].

**Funcția de promovare**, care poate fi considerată și una din principalele, evidențiază marca comercială a produsului, pune în valoare caracteristicile principale ale produsului, astfel încât cumpărătorul să-l deosebească cu ușurință de altele similare, să creeze imaginea calității prin formă, grafică și culoare. Acestea fiind și elementele de bază a ambalajului.

Ambalajul optim este acela care, pe lângă îndeplinirea rolului funcțional, implică un consum minim de material și manopera, iar pentru operațiile de umplere, manipulare, închidere, etc. necesită echipamente cât mai puțin costisitoare, cu efort minim (eventual să permită automatizarea procesului), și este, evident, economic.

**Funcția de conservare și protecție a produselor.** Considerată funcție elementară a ambalajelor, aceasta constă în protejarea conținutului de efectele mediului extern, în cazul în care există o corelare perfectă între ambalaj-produs-metodă de conservare.

**Funcția de manipulare, depozitare și transport.** Această funcție este legată de protecție deoarece pe parcursul operațiilor de manipulare-depozitare-transport, produsele ambalate sunt supuse unor solicitări mecanice, care le pot deteriora.

**Funcția de manipulare a ambalajului.** Ambalajul secundar facilitează manevrarea produsului prin forma sa, volumul, greutatea, prezența unor orificii în scopul prinderii sale cu mâna sau cu un utilaj.

**Funcția de depozitare a ambalajului.** În timpul depozitării, ambalajul este acela care preia presiunea rezultată în urma operației de stivuire a produselor.

**Funcția de transport a ambalajului.** Cerințele față de ambalajul de transport sunt axate pe:

- necesitatea adaptării ambalajului la normele de transport;

Ambalajele pot fi clasificate în funcție de mai multe criterii, care sunt utilizate frecvent în practică, cum ar fi:

- după modul de folosire;
- după materialul folosit în confecționarea ambalajelor;
- după tip;
- după modul de circulație al ambalajului;
- după căile de transport.

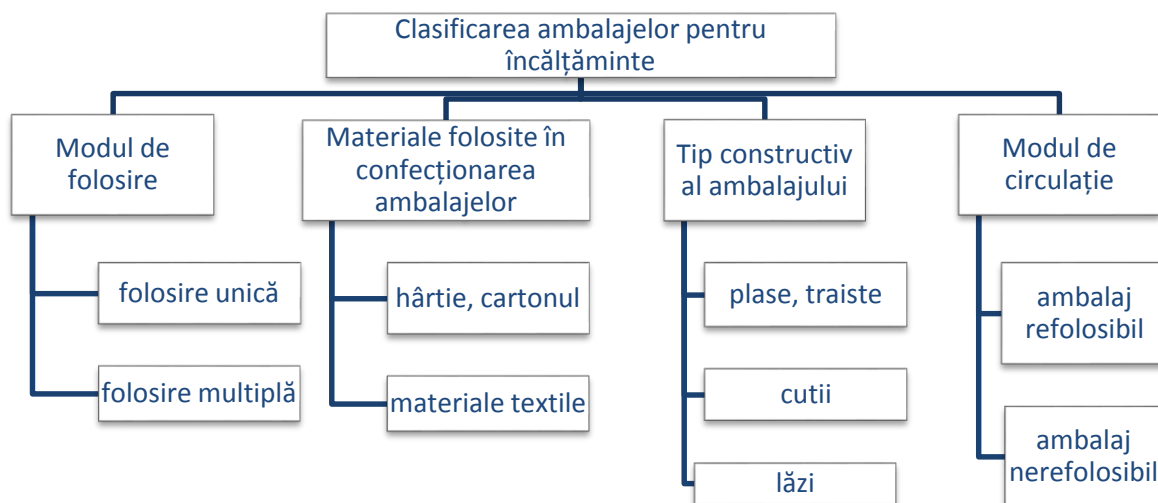


Figura 1. Clasificarea ambalajelor pentru încălțăminte



Figura 2. Mostre de ambalaje pentru încălțăminte existente pe piață:

- a – ambalaj clasic din carton ondulat, compus din 1 piesă, imprimat în 2 culori contrastante;
- b – ambalaj din carton ondulat, cu construcție originală, compus din 1 piesă, imprimat policrom cu aplicarea în design a ornamentelor;
- c – ambalaj de unica folosință, format dintr-o piesă, imprimat într-o culoare;
- d – ambalaj clasic din carton ondulat, compus din 2 piese, imprimat în 2 culori contrastante.

În urma analizei ambalajelor pentru încălțăminte existente pe piață, au fost identificate problemele ce țin de funcționalitatea și prezentarea grafică a acestora. Acestea sunt: material ușor deformabil, care la acțiunile mecanice ușor se deteriorează, funcționalitate scăzută, nu poate fi refolosit etc. În continuare, sunt expuse câteva exemple de soluționare acestor probleme, aplicate de unele companii renumite de încălțăminte [2].

În figura 3 se prezintă soluționarea problemei funcționalității ambalajului de către compania „Puma”. Construcția modernizată în raport cu cea inițială este mai comodă, mai ușoară, are mai puține piese care trebuie asamblate și oferă o traistă pentru transportarea și păstrarea ulterioară a produsului de către cumpărător.



Figura 3. Prezentarea grafică a ambalajelor pentru produsele „Puma”, soluționarea problemelor funcționale

Ambalajul pentru produsele companiei Nike devine mai funcțional și mai creativ. Astfel capacul superior al ambalajului se transformă în altă mini-cutie, în care cumpărătorul are posibilitatea să păstreze o altă pereche de încălțăminte, accesorii, etc. (fig. 4)

În imaginea următoare avem un exemplu de la compania Adidas, care la fel a soluționat problema funcționalității ambalajului, dar și facilitarea transportării acestuia prin supradimensionarea părții superioare a ambalajului și realizarea unui orificiu pentru mână (fig. 5).



Figura 4. Prezentarea grafică a ambalajelor pentru produsele „Nike”, soluționarea problemelor funcționale

În imaginea următoare avem un exemplu de la compania Adidas, care la fel a soluționat problema funcționalității ambalajului, dar și facilitarea transportării acestuia prin supradimensionarea părții superioare a ambalajului și realizarea unui orificiu pentru mână (fig. 5).



Figura 5. Prezentarea grafică a ambalajelor pentru produsele „Adidas”, soluționarea problemelor funcționale.

Elementele prin care un ambalaj poate atrage atenția cumpărătorului asupra unui produs, sunt: *modul de realizare al ambalajului, eticheta, marca de fabrică sau de comerț, estetica ambalajului.*

Alt element important este *culoarea*. S-a demonstrat practic, că, în momentul vizualizării produsului, cumpărătorul sesizează mai întâi culoarea, apoi desenul și marca.

*Grafica* este un alt element important în realizarea ambalajului. O grafică modernă se caracterizează prin sobrietate, echilibru, elemente coloristice, alegere judicioasă a caracteristicilor, cât și punerea în valoare a unor elemente ca: denumirea produsului, modalități de utilizare, recomandări, marca de fabrică.

Pentru a ne ușura procesul de identificare a *cerințelor consumatorilor* față de ambalajele pentru produse de încălțăminte, a fost realizat un sondaj și am obținut următoarele rezultate: *consumatorul preferă un ambalaj reutilizabil, cu o cromatică clasică/strictă, cu o funcționalitate înaltă, materialul din care va fi confecționat să fie rigid și rezistent la acțiunii mecanice, și nu în ultimul rând să aibă o imagine estetică corespunzătoare produsului ambalat.*

Luând în considerație cele expuse anterior, au fost propuse de către autor câteva prototipuri de ambalaje (figurile 6-8). Primul prototip are o formă mai diferită de ambalajele clasice, format dintr-o piesă din carton reciclat, și va avea anexat un mâner textil din fibre naturale.

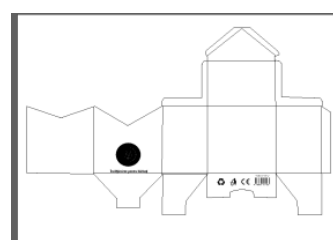
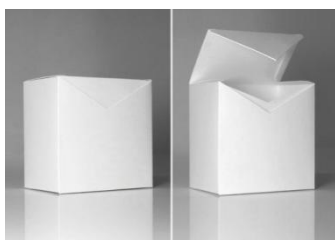


Figura 6. Prototipul nr. 1

Prototipul nr. 2 este format din două piese, care se introduc una în alta, asemănător cutiei de chibrituri. Ambalajul va fi format din carton reciclat. Deasemenea va avea un mâner textile din fibre naturale.

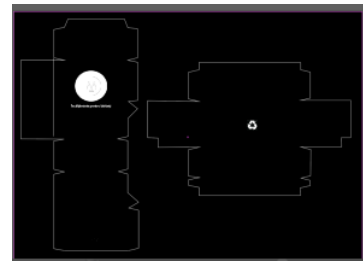
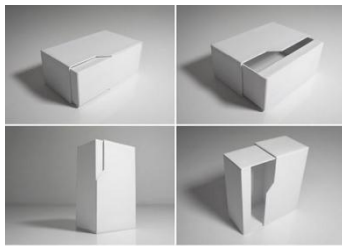


Figura 7. Prototipul nr. 2

Prototipul nr. 3 la fel este unul compus dintr-o piesă, are o construcție mai apropiată de cea clasică, însă elementul original care îl evidențiază și îl face mult mai practic în utilizare este mânerul.

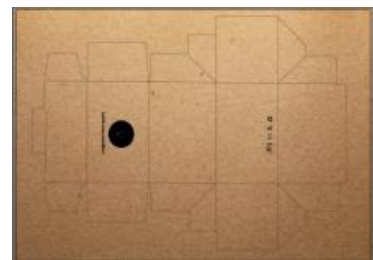


Figura 8. Prototipul nr. 3

Astfel vom avea un ambalaj ecologic, confecționat din materiale biodegradabile, rezistent, reutilizabil și cu posibilitatea de a fi reutilizat.

### Bibliografie

1. <http://www.creeaza.com/afaceri/comert/merceologie/AMBALAREA-ETICHETAREA-SI-MARCA428.php>
2. <http://www.butterflylondon.com/nike-small-story-big-impact/>
3. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Ambalaj>