



سورنا  
انتخاب بهتر

تابستان ۱۴۰۰

Summer  
2021

# RUMI

## تاثیر اشعار مولانا بر دنیای بسته بندی

کمپانی پستل تحت تاثیر اشعار مولانا در رابطه با اهمیت زیبایی درون، مجموعه‌ی جدیدی از محصولات خود را تحت عنوان «رومی» منتشر کرده است. بسته‌بندی‌های رومی همانطور که از نامشان انتظار می‌رود، جلوه‌ای ساده، گرم و دلنشین دارند که هر مخاطبی را به خود جذب می‌کند. سادگی این طرح به قدر دلنشین است که می‌توان تنها با تماشای آن آرامش نهفته در درون این بسته‌ها را احساس کرد.



## نَفر

### جایی میان خیال و واقعیت

«نَفر» برندی مفهومی در زمینه‌ی عطر است که از پیچ و شکنج جسم زن الهام گرفته است. نام این برند از خدای معطر مصری وام گرفته شده است و در زبان انگلیسی به «زیبای ظاهر و باطن» ترجمه می‌شود. بسته بندی‌های این برند از خیال شیرین پیچش روی معشوق به این جهان آمده‌اند تا ذوق دیرینه‌ی آدمی را به تصویر بکشند. نَفر با استفاده از متریالی جدید، جلوه‌ی مدرن و مجلل عطر را به شکلی نمایش می‌گذارد که جسم و روح در یک قاب نمایان باشد و چون پیکری عریان حرارت بخشد. این طراحی پیچیده و گران بها برای جلب نگاه‌های خاص، سخاوتمندانه ذات خود را پیشکش می‌کند.

# nefer

## تعریفی نو در بسته بندی شامپو



تا به حال به سرگذشت بسته‌بندی شامپو و مواد بهداشتی که در هتل‌ها ارائه می‌شود فکر کرده‌اید؟ این محصولات به علت اندازه بسیار کوچک و بافت نسبتاً سنگین خود بازبافت پذیر نیستند و آسیب‌های نسبتاً زیادی به طبیعت وارد می‌کنند. اکوپادز، کمپانی تولید بسته‌بندی‌های کاغذی بازبافت‌پذیر، به سراغ این مسئله رفته و برای آن پاسخ مناسبی را یافته است. این شرکت بسته بندی‌های کوچکی تهیه کرده است که به شکل پکیجی جمع و جور برای محصولات بهداشتی هتل‌ها ارائه می‌شوند. از آنجایی شامپو و مواد بهداشتی مایع، پروسه‌ی بازبافت بسته‌بندی را بسیار سخت می‌کنند، اکوپادز بسته هایش را برای مواد بهداشتی جامد طراحی کرده است؛ به این صورت که کفایت حجم کمی از پودر شامپو را با چند قطره آب در کف دست خود ترکیب کنید و به کار بگیرید. این عمل جدا از خواص بازبافت‌پذیری بسیار آسان، حمل و نگهداری این محصولات را هم بالاتر می‌برد و به ماندگاری آن‌ها می‌افزاید.





## نسخه ای برای حال خوب

«نسخه‌ای برای حال خوب» یک شرکت در زمینه ی طب سنتی چینی است که قصد دارد تعاریف مدرن این طب را در بسته بندی به مخاطب خود ارائه دهد. این شرکت، طب سنتی چینی را نه به عنوان درمانی قطعی برای بیماری‌ها بلکه به عنوان یک محصول دارویی مکمل تعریف می‌کند که در مجموع حال خوبی را برایتان به ارمغان می‌آورد.

برای بیان این منظور در طرح‌های جدید بسته بندی گیاهان دارویی این شرکت از نسخه‌های دارویی قدیمی چینی الهام گرفته است و با ترکیب حالتی انتزاعی، مینیمال و مدرن، مفاهیم پیچیده آن نسخه‌های قدیمی را حذف کرده‌است. با این روش مخاطبان امروزی درک بهتری از خواص این دارو‌ها خواهند یافت. همچنین در این بسته‌بندی‌ها از رنگ‌های سبز، قرمز و آبی به شکل بخصوصی استفاده شده‌است تا حس و حال همان نسخه‌های قدیمی چینی را منتقل کنند. در نهایت ما با بسته‌هایی مواجه هستیم که به خوبی از پس وظایف خود بر می‌آیند و در هر قفسه‌ای توجه را به خود جلب می‌کنند.



وقتی بی نظمی زیبایی را تعریف می‌کند

به بیان شرکت نوپای نوریوسا، مرز باریکی میان بی نظمی و زیبایی نهفته است و با گذر از هیاهوی این بی نظمی میتوان به آرامگاه زیبایی قدم گذاشت. این کمپانی دید خلاقانه خود را همچنین وارد بسته‌بندی محصولاتش کرده است تا به زبان خود با مخاطبانش سخن بگوید. طبق اظهارات این شرکت تصاویر به کار رفته بر روی محصولات در واقع مجموعه‌ای انتزاعی، تهیه شده توسط ماده‌ی تاریک از کوه‌ی خاکی ما هستند که به خوبی بی‌نظمی این جهان را روایت می‌کنند. حمایت و پشتیبانی از این ایده‌ی فکری هنوز مورد آزمایش قرار داده نشده است اما حداقل می‌دانیم که تا به حال استقبال از چنین ایده‌های جدید و خلاقانه‌ای کم نبوده است.



## پایداری پیش از بازیافت-پذیری

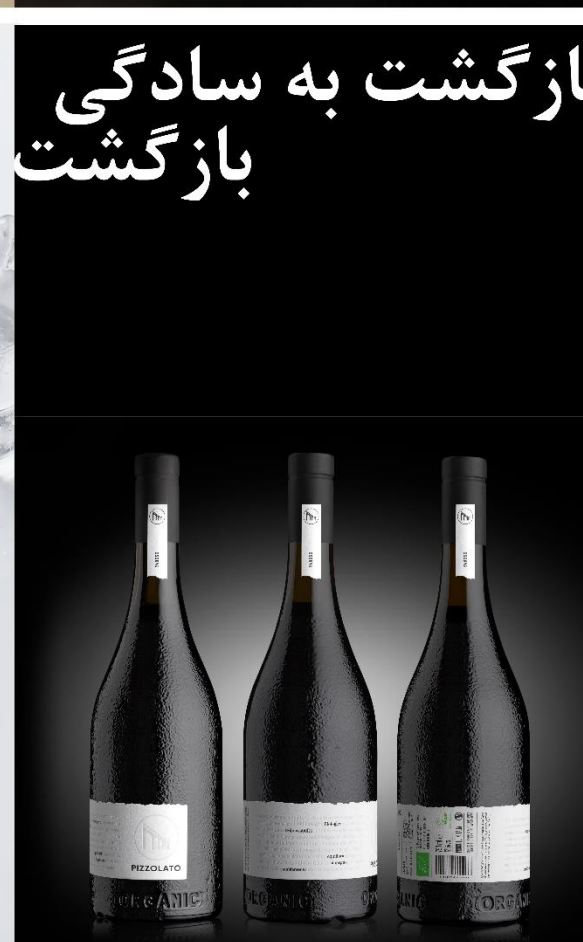
وقتی صحبت از بسته بندی های پایدار می‌شود احتمالاً بد نیست چند کلمه‌ای هم از برند آرایشی و بهداشتی «آبجکت» بشنویم.:

«آبجکت» تولید کننده ی محصولات طبیعی و ارگانیک است که سابقه ای برجسته ای در زمینه بسته بندی های پایدار دارد. این شرکت در طراحی اخیر محصولات خود پا را چند پله فراتر گذاشته و پایداری و زیبایی را در کنار هم محیا ساخته است. بیش از پنجاه درصد متریال بکار رفته در این بسته بندی ها از کتان بازیافتی بوده و به خاطر حضور همین ماده در بافت کاغذی این بسته‌ها، استحکامی دو چندان به وجود آمده است. همچنین جعبه فلزی موجود در بسته بندی هم به شکلی مدرن و مینیمال طراحی شده تا پس از مصرف، دوباره به کار گرفته شود. رنگ‌های این بسته بندی ها همگی از طیفی لطیف و آرامش‌بخش هستند که چشم را نوازش می‌کند.



## بازگشت به طبیعت

کمپانی نوشیدنی پیتزولوتو با محصولات ارگانیکش پیمان دوستی با طبیعت نوشته است. اکنون این شرکت پا را برای تحکیم این پیمان جلوتر گذاشته و بسته‌بندی محصولاتش را نیز با طبیعت هم‌خو ساخته است. این شرکت مجموعه‌ی جدید نوشیدنی‌های خود را تحت عنوان «بازگشت به سادگی» به گونه‌ای طراحی کرده که تمام متریال به کار رفته در بسته بندی دوستدار طبیعت باشد. این بطری‌های جدید از ۹۴ درصد شیشه ی بازیافتی تولید شده اند و به طور کامل پس از مصرف بازیافت‌پذیراند. همچنین روکش کاغذی بسیار پاریریک آن‌ها از کاغذ بازیافتی بدست آمده و طراحی آن‌ها به گونه ایست که کمترین حجم از چسب به کار شود. ضمناً این بسته‌بندی‌ها جلوه‌ی مدرن و مینیمال خود را حفظ کرده اند تا ثابت شود برای یک بسته بندی دوستدار محیط زیست، نیازی به کاستن از ذوق طراحی نیست.



## بازگشت به سادگی

## بسته بندی ما راوی داستان است

اگر شما هم تا به حال وظیفه غذا دادن به کودکی را بر عهده گرفته باشید خوب از سختی‌ها و مشکلات این کار مطلعید. حال تصور کنید به عنوان بگ مادر هر روز باید با این قضیه مواجه شوید.

تیبستی استوریز یا داستان‌های خوشمزه، برند زیرشاخه‌ای برای خوراکی‌ها و نوشیدنی‌های کودکان است که به یاری مادران کوشیده است. این برند در بسته بندی‌های خود علاوه بر رنگ‌های شاد و کودکانه و کاربری مناسب فیزیک کودکان، داستان‌های دنباله‌داری را بر روی بسته‌های خود درج کرده است تا باعث جلب نظر کودکان شود و اوقات شیرینی را برای مادر و کودک بیافریند.



## رنگ های غیرکلیشه ای

به طور معمول رنگ های بکار رفته در بسته بندی محصولات خوراکی از طیفی روشن و تکراری انتخاب می‌شود. انگار قانون نا نوشته‌ای مقرر ساخته است که همیشه در بسته‌بندی مواد خوراکی باید از این رنگ‌ها استفاده شود در صورتی که چنین نیست.

ایوا فود به عنوان تولیدکننده‌ی افزونه‌های خوراکی، برخلاف کلیشه‌های رنگی بسته‌های خود را طراحی کرده است. این شرکت در بسته‌بندی‌های جدید خود طرحی متفاوت را از صنایع آرایشی و بهداشتی الهام گرفته است. این بسته‌بندی با رنگ مشکی خود علاوه بر ایجاد تمایز و برجستگی، حسی آرام و سبک را منتقل می‌کند و باعث بهتر دیده شدن بخش‌های رنگی طرح می‌شود.



## شیر سیاه

تصور کنید در میان قفسه‌ی کاملاً سفید شیر، ناگهان یک ردیف بطری تماماً مشکی مشاهده کنید.

«انبلک‌ایت» یک طرح بسیار متفاوت و خلاقانه برای بسته‌بندی

شیرهای خوراکی است. مرحله آخر بسته بندی در کارخانه جدا کردن بخش‌های اضافی بسته می‌باشد، آنبلک ایت پاکسازی اضافیات را به عهده ی خریداران گذاشته تا آنها را در فرآیند تولید محصول شریک کند. این کار هم موجب برجستگی و تمایز در میان دیگر محصولات شده و هم با ایکیا افکت، حس خوبی را به خریدار منتقل می‌کند. برای تهیه این بسته‌بندی‌ها از بطری‌های شیشه ای به علت اثرگذاری مطلوب این ماده بر ماندگاری شیر و زیبایی و شفافیت بی نظیرش استفاده شده است. برای افزودن کاغذ هم از مقدار بسیار کمی چسب استیکی استفاده شده تا فرآیند جداسازی، سخت و مشکل آفرین نباشد.

## تصویر صداقت

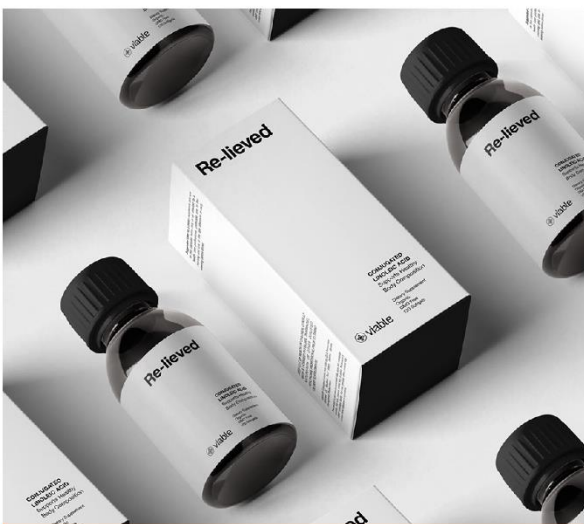
شرکت تولیدی مواد آرایشی و بهداشتی IOSSI، برای محصولات خود به دنبال بسته‌بندی‌هایی بوده است که صداقت را به شکلی ساده به تصویر بکشد. برای این منظور طراحان این مجموعه، طرحی مدرن و مینمال را ارائه داده‌اند که بدون هیچ‌گونه تبلیغ اضافه و ادعاهای پوچ، صرفاً ماهیت خود را به شکلی صمیمانه و بی‌آلایش نشان می‌دهد. رنگ سفید به کار رفته در بدنه‌ی بطری‌های این مجموعه برای ایجاد حسی آشنا و آرام و رنگ مشکی درب بطری‌ها برای جلب توجه بهتر و برجسته تر به محصول اضافه شده است. در نهایت بسته‌هایی تهیه شده که به آسانی می‌توان آن‌ها را از دیگر محصولات تمیز داد و از تماشایشان حس خوبی گرفت.



## داروی دوست داشتنی

هیچ توجه کرده‌اید اکثر داروها بسته‌بندی‌های تکراری و مشابه به یکدیگر دارند؟ می‌دانید اگر یک کمپانی در این میان بسته‌بندی مختص به خود را طراحی کند چقدر از دیگران متمایز می‌شود؟

کمپانی وایبل سوییس دقیقاً متوجه این موضوع شده و فرصت را غنیمت شمرده است. این برند طرحی از ترکیب رنگ‌های سفید و سیاه بسیار برجسته ساخته است که به خودی خود، نگاه‌ها را جلب می‌کند. این بسته بندی با فونت و طراحی مینیمال بخش مربوط به نسخه، جلوه‌ای بسیار مدرن و خوشایند از خود به جای می‌گذارد و حس ناخوشایند بیمار را نسبت به بیماری خود بهبود می‌بخشد و بیمار با رغبت و میل بیشتری دارو را میل می‌کند.



اگر چرخي در بازار محصولات بهداشتی بانوان بزیند، چشمانتان از حجم زیاد تصاویر گل و بلبل و رنگین‌کمان درخشان خواهد شد. به راستی تجربه مصرف این محصولات هم به همین شکل است؟

IT'S JUST A PERIOD.

سَنبیتی، به عنوان تولیدکننده‌ی محصولات بهداشتی بانوان، بسته‌بندی‌های جدید خود را به شکلی آراسته و موقر برای ارائه تصویری واقع‌بینانه‌تر از تجربه بانوان طراحی کرده است. رنگ قرمز تند به کار رفته بر روی این محصولات به خوبی با مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کند و اطمینان و توجه او را جلب می‌نماید. همچنین این طراحی‌های جدید هر کدام با جمله یا اصطلاحی انگیزشی به بازار عرضه شده اند تا در جهت فرهنگ سازی، روحیه و کاهش اضطراب بانوان قدم بردارند.



## واقعیت رنگ دیگری ست

مفهوم واقعی بسته بندی را با  
سورنا انتخاب برتر تجربه می کنید



سورنا  
انتخاب برتر

تابستان ۱۴۰۰

[WWW.SORENA-PACK.COM](http://WWW.SORENA-PACK.COM)

SUMMER 2021

# تبلیغی دائمی



«متد» یک کمپانی فعال در حوزه لوازم بهداشتی است که سابقه درخشانی در استفاده از مواد مختلف در بسته‌بندی‌های خود دارد. از پلاستیک بازیافتی گرفته تا چوب و شیشه، متد همه را مدتی امتحان کرده‌است. این بار اما این شرکت بسته‌بندی‌های فلزی قابل مصرفی را برای مایع دستشویی‌های خود به کار برده است که موجب عدم دور ریزی بسته‌بندی و تبلیغی دائمی برای این شرکت می‌شود. این بطری‌های فلزی به شکل مدرن و مینیمال، در رنگ‌های مختلفی طراحی و ساخته شده‌اند تا با سلیقه و محیط‌های گوناگون هماهنگ شوند. همچنین لازم به ذکر است فلز به کار رفته در این بسته‌بندی‌ها صد در صد بازیافت‌پذیر بوده و حتی در صورت دور انداخته شدن دوباره به چرخه تولید باز می‌گردند.

کامن هیر، یک شرکت تولید کننده محصولات آرایشی و دوستدار طبیعت است. این شرکت با مصرف کاغذ کاملاً بازیافت پذیر، بدون استفاده از پلاستیک، بسته بندی های خود را برای ادای احترام به طبیعت طراحی کرده است. البته این مورد باعث مرگ خلاقیت‌ها و ذوق هنری طراحان این مجموعه نشده و اتفاقاً به همین وسیله توانسته اند محصولات آرایشی خود را با الگوگیری از طبیعت، به گل و گیاهان زینتی مزین سازند. طرح این بسته، قوانین مینیمالیستی رایج در دنیا امروز صنعت بسته بندی را به طور شخصی سازی شده پذیرفته اند؛ به این معنی که شکل کلی بسته‌ها، ساده و بدون جزئیات اضافی است اما طرح و نقش به کار رفته بر روی آن‌ها به خوبی خود را عرضه می‌کند.

## مخالف و در عین حال موافق با ترند های روز

# وقتی بسته بندی دیدگاه را تغییر می دهد



وقتی صحبت از خوراکی‌های سالم و مقوی می‌شود احتمالاً شما هم مستقیماً به میوه‌ها و سبزیجات فکر می‌کنید اما هیچ می‌دانستید شکلات هم می‌تواند در این گروه از خوراکی‌ها جای بگیرد؟ شرکت کوآتر مینز به عنوان تولید کننده شکلات‌های ارگانیک برای کنار زدن تصور رایج و غلط راجع به مضر بودن شکلات، طراحی خلاقانه و جدیدی را بر روی محصولات خود پیاده کرده است. شکلات‌های

جدید این شرکت تحت عنوان بالانس یا تعادل در بسته بندی‌های جدیدی به بازار عرضه شده است. این بسته بندی ها هرکدام ویژگی‌های ورزشی در مرکز خود دارند که برای نشان دادن اهمیت سلامتی و نشاط جان به کار برده شده‌اند و تلاش شده که به ارگانیک و مقوی بودن این محصولات اشاره شود. همچنین رنگ‌های به کار رفته در این بسته بندی‌ها متنوع و شاد و روشن هستند تا بر جلوه‌ی سالم و خوشمزه‌ی آنها تاکید شود. شکلات‌های بالانس نشان سلامت خود را نه فقط تحت لوگوی کوچکی بر پشت بسته‌بندی، بلکه آن را به عنوان لباسی فاخر به تن کرده‌اند.

# جدید و در عین حال نوستالژیک؟



یک طراح هندی به نام ریها جین مجموعه‌ای از طرح های رنگارنگ برای بسته بندی نوشیدنی های طعم دارشیری تحت عنوان "فرستی" منتشر کرده است. این بسته بندی‌ها از فلز و به رنگ های برجسته و دلنشینی طراحی شده اند که به خوبی محتوا و عملکرد محصول را نمایان می‌سازند. ممکن است این شکل و طرح از بسته بندی برای ما ایرانیان غریب و نا آشنا باشد ولی سال‌ها در هند بسیاری از نوشیدنی‌ها در این قالب به بازار عرضه می‌شدند. با این وجود طراحی جذاب این هنرمند هندی، جان تازه ای به این بسته بندی‌های خوش رنگ و زیبا بخشیده است.



## رد اصالت بر روی بسته‌بندی

احتمالاً شما هم دهه هشتاد میلادی را در اروپا و آمریکا ندیده‌اید. بگذارید برایتان دو کلمه از آن روزها بگویم. تتو و گیاه‌خواری. بسیاری دوران اوج تتو و رواج گیاه‌خواری را دهه هشتاد میلادی در نظر می‌گیرند. در این دهه بود که تلویزیون‌های رنگی به طور انبوه تولید شدند و رنگ‌های زرد، نارنجی و دیگر رنگ‌های تند، محبوبیت بسیاری پیدا کردند. امروز ما فرزند نوپایی از آن دوران را برایتان پیدا کرده‌ایم. تاتابی، یک استودیو اسپانیایی است که به تازگی با مضمون دهه هشتاد، بسته‌بندی‌های متفاوتی را برای محصولات وگان مراقبت‌کننده از تتو تهیه کرده است. این بسته‌ها با رنگ‌های روشن و فونت‌های دهه هشتاد به گونه‌ای طراحی شده‌اند که برای غربی‌ها، خاطرات جالب و احتمالاً عجیب و غریبی را یادآور می‌شوند.



## شفاف و قابل اعتماد

ایورین اسپریت با طراحی جدید بسته بندی چای گل بامیه نکته‌ای مهم را به ما یادآوری می‌کند. این محصول رنگ سرخ بی‌نظیری از خود دارد که گاه همین رنگ برجسته و متفاوت می‌تواند عامل بسیار خوبی برای جلب توجه مشتری باشد. شفافیت بسته‌بندی این نوشیدنی با زیبایی نظر مخاطب را جلب و اعتماد او را کسب می‌کند. همچنین طرح ساده و خلوت کار شده بر لایه ی رویی بطری‌های این نوشیدنی، بدون توضیح اضافه و ایجاد حس گیجی، انتخابی آسان برای مخاطب به جای می‌گذارد. امروزه با وجود کشف مواد متعدد در صنایع بسته بندی، گاهی معجزه‌ی آن شفافیت و سادگی قدیم را فراموش می‌کنیم.

## دهه هشتاد میلادی در قرن ۲۱

بسته‌بندی‌های جدید هارودز برای شکلات‌هایش دقیقاً همان چیزی است که از هر برندی با بیش یک و نیم قرن قدمت انتظار می‌رود: اصالت و تمایز. در نگاه اول به این جعبه‌ها احتمالاً شما هم تصور کنید یک جعبه هدیه کمربند یا کراوات پیش رویتان است. در حقیقت هارودز بدون پایبندی به کلیشه‌های طراحی بسته‌بندی شکلات، جامه‌ی متشخص‌تری بر محصولات خود پوشانده است. با بررسی دقیق‌تر این بسته‌بندی‌ها پیش از هر چیز متوجه حضور لوگوی معروف این برند در مرکز جعبه و با ابعاد بسیار برجسته می‌شوید؛ با این اقدام هارودز به عنوان یکی از معروف‌ترین و شاخص‌ترین تولیدکنندگان شکلات دنیا، آبروی خود را به این محصولات گره می‌زند تا خیال شما را از مرغوبیت و اصالت کالا مطمئن سازد. پس از آن روبان به کار رفته در بخش کناری جعبه، در کنار ایجاد تمایز، یادآوری می‌کند که آنچه پیش روست بیش از یک مشت شکلات است و در واقع هدیه‌ای نفیس می‌باشد که شما شایستگی‌اش را دارید. به طور کلی هارودز با بسته‌بندی‌های جدید خود؛ اصالت و احترام به مشتری را در روایتی دلنشین‌تر از زبان دیگری مطرح می‌کند.

## چایی که از تغییر خجالت نکشید

معمولاً شرکت‌های تولیدکننده چای و قهوه، در تهیه بسته بندی‌ها کمی محتاط هستند و تقریباً همگی از استانداردی تعریف شده پیروی می‌کنند. در این میان شرکت "کاما مدیا" با خیال آسوده، طرح‌هایی پررنگ و برجسته را برای بسته‌های چای خود سفارش داده است. این طرح‌ها موجب شده‌اند بسته‌های چای کاما در هر قفسه‌ای متمایز دیده شوند و نگاه‌ها را به خود جلب کنند. همچنین طرح رنگارنگ و درخشانی نظیر این، به مخاطبان پیام می‌دهد که "ما به محصولی که ساخته‌ای افتخار می‌کنیم" و همین می‌تواند برای ترغیب به خرید کافی باشد. شاید وقت آن است که همگی پای خود را از چارچوب‌های تعریف شده فراتر بگذاریم.





## به روز رسانی یک طرح نوستالژیک



چه احتیاجی به بسته‌بندی‌های مدرنی‌ست که روز به روز از مد می‌افتند و باید آن‌ها را از نو طراحی کرد می‌شود با به روز رسانی طرحی نوستالژیک و آشنا، محصولات را به خوبی ارائه کرد؟  
 کمپانی محصولات آرایشی و بهداشتی میوا برای بسته‌بندی‌های جدید خود، طرح بطری‌های دارویی قدیمی را به روز رسانی کرده است تا با حفظ ظاهری آشنا، هم محصولات خود را در قالبی تضمینی و مطمئن ارائه کند و هم میان بسته‌بندی‌های رنگارنگ و مدرن‌تر، به شکلی برجسته دیده شود.



چرا همیشه هنگام خوردن آجیل، باید دنبال ظرفی برای ضایعات آن بگردیم؟ اگر حوصله هم نداشته باشیم یا اصلاً ظرف خالی دم دست نباشد، بار نگهداری از این ضایعات را به فرش و مبیل و زمین می‌سپاریم. اولوباکس یک طرح بسته‌بندی برای آجیل است که با هوشمندی، مسئله مطرح شده را مورد هدف خود قرار داده‌است. این طرح که چندین جایزه‌ی بین‌المللی هم در زمینه طراحی بسته‌بندی از آن خود کرده‌است، برای حل مشکل مطرح شده، پاکتی کم حجم را به بسته‌های خود افزوده است تا پیش از شروع مصرف آجیل باز شود و ضایعات را در خود جای دهد. پس از اتمام هم، پاکت محتوای آجیل تا می‌شود تا بسته‌بندی مجدداً به شکل اولیه خود در آید. هرچند طراحی این بسته بسیار ساده و مینیمال است اما اولوباکس برای جلوگیری از هر گونه سردرگمی، بر روی بسته‌ها فلش‌هایی راهنما قرار داده که طریقه‌ی صحیح مصرف را به خوبی نمایش می‌دهند می‌دهند. گاهی مواقع تمام چیزی که برای یک بسته‌بندی حرفه‌ای و خلاقانه نیاز داریم، دیدی متفاوت به مسئله و مشاهده‌ی مشکلات رفع نشده‌است.

## بسته بندی آجیل دو قلو



## ساده‌ترین روش برجسته سازی بسته بندی



در بسته‌بندی‌های شکلات‌های نارگیلی کوکاکائو، هیچ رنگ و طرحی بی حساب نیست. برای مثال رنگ به کار رفته در بسته‌بندی پایه‌ی این محصولات، رنگ‌های صورتی و نارنجی می‌باشد که برای نشان دادن حضور کاکائو و نارگیل استفاده شده‌اند. از نمونه‌های دیگر این طرح می‌توان به استفاده از رنگ خاکی و نارنجی تیره برای فندق برزیلی و نمک دریا، رنگ سبز و بنفش برای نعنا و در نهایت رنگ قرمز و خاکستری برای فلفل قرمز و دارچین اشاره کرد. در واقع بدون به کار گیری رنگ مستقیم ترکیبات، حضور آنها را با حس و حالی متفاوت می‌توان مشاهده کرد. این امر از تکراری و کلیشه‌ای شدن بسته‌بندی جلوگیری کرده و در قفسه‌ی خوراکی‌ها، به خوبی محصولات را برجسته و متمایز می‌کند.



این فصلنامه به صورت رایگان تقدیم  
می شود به تمامی مبتکران، بازرگانان  
و مصرف کنندگان عزیز؛ با امید به  
اینکه بتوانیم به عنوان تنها واردکننده  
ظروف تخصصی صنایع آرایشی،  
بهداشتی و دارویی، گامی در جهت  
ارتقاء و رونق صنعت بسته بندی  
برداشته باشیم



Instagram: Sorenaperfume  
Facebook: Sorenaperfumes  
Website: Sorena-pack.com  
Phone: 021 58226

