

# Polen Rumänien Turkmenistan

Mycket mer än inslagning



**Bildtexter: Andy Warhol (1928–1987) Campbells soppburkar - 1962.**

## Contents

Allmän presentation .....	3
Designa en helt ny förpackning.....	4
Verksamhetsöversikt .....	4
Beskrivande aktivitetsblad .....	4
<b>Steg 1</b> .....	4
<b>Steg 2</b> .....	5
<b>Steg 3</b> .....	6
<b>Steg 4</b> .....	7
<b>Steg 5</b> .....	8
Minska avfallet genom förpackning .....	8
Verksamhetsöversikt .....	8
Exempel .....	10
Artiklar .....	13
Polen Rumänien Turkmenistan.....	13
Minska avfallet genom förpackning.....	14

## Allmän presentation

Förpackning är det första en konsument ser när han/hon tittar på en produkt och det är ett kommunikations- och marknadsföringsverktyg som, även om det ofta underskattas, spelar en avgörande roll för att utforma en produkts framgång eller misslyckande. När det gäller särskilt livsmedelsförpackningar är det allmänt erkänt att förpackningar är mycket mer än ett element för bevarande av livsmedelsprodukter: genom specialutgåvor, reklamartiklar, skildringar av regionala landskap och historiska monument, berättar förpackningarna historier och dialoger med konsumenten. Med sin allestädesnivå framkallar den produktens profil, dess historia och dess värde och kan under ett cirkulärt ekonomiskt perspektiv bli ett viktigt verktyg för en global avfallsminskningspolitik.

Med utgångspunkt från dessa överväganden leder de föreslagna aktiviteterna eleverna att reflektera över dessa element och be dem att mäta sig själva i skapandet av nya förpackningsmodeller i samband med den lokala ekonomiska kontexten.

Övningen presenterar en aktivitet i detalj och beskriver en andra som lärare och utbildare kommer att kunna slutföra efter modellen.

# Designa en helt ny förpackning

## Verksamhetsöversikt

Aktiviteten uppmanar eleverna att reflektera över förpackningens roll som ett avgörande element i produktion och marknadsföringskedjan av livsmedelsprodukter och som ett verktyg för kommunikation och kulturellt uttryck, också tack vare upptäckten av sambandet mellan förpackning och konst. Som en slutprodukt ber aktiviteten eleverna utforma, i samarbete med små lokala produktionsföretag, en originalförpackning för sina livsmedel.

Aktiviteten har utformats för kurser som inkluderar ekonomisk-kommersiella program; det kan också föreslås för studenter inom HORECA och teknisk design.

## Slutprodukt

Förpackningsprojekt

## Specifik kunskap

- Flera funktioner för förpackningar
- Förhållandet mellan förpackningar, design och konst

## Svårighetsnivå

Övningen har som helhet en medelhög svårighetsgrad eftersom den förutsätter en mellanliggande inträdesnivå för de färdigheter och kunskaper som den fungerar på:

- Flerspråkig kompetens
- Läs- och skrivkunnighet
- Kulturell medvetenhet och kulturella uttrycksformer
- Digital kompetens
- Entreprenörskapskompetens

## Beskrivande aktivitetsblad

### Steg 1

#### Beskrivning/instruktion

Den här aktiviteten är för hela klassen.

För att introducera aktiviteten, vägled dina elever genom följande dokument:

Förpackning som kommunikationsmedium (artikel om förhållandet mellan förpackning och kommunikation).

Be dem sedan skriva ett kort kommentar till artikeln.

#### Mål

- Öka elevernas förmåga att läsa och förstå texter på engelska (Flerspråkig kompetens).
- Öka elevernas förmåga att skilja och använda olika typer av källor, att söka efter, samla in och bearbeta information, använda hjälpmedel och att formulera och uttrycka sina skriftliga argument på ett övertygande sätt som är lämpligt för sammanhanget (Läs-och-skrivkunnighet).

## Kärnkompetenser

Flerspråkig kompetens  
Läs- och skrivkunnighet

## Artiklar

Kontaktperson för lärare för aktiviteten

Den grupp lärare vi föreslår består också av: lärare i den språkliga axeln.

Internetanslutning, en bärbar dator, en videoprojektor.

## Varaktighet

30 minuter - artikelanalys

30 minuter - textbehandling

## Steg 2

### Beskrivning

Be dina studenter att göra en internetsökning och identifiera några kända artister som har arbetat i samarbete med företag inom livsmedelssektorn och i synnerhet inom förpackningssektorn.

Be dina elever att välja en konstnär och skriva och försöka beskriva de grundläggande elementen i länken mellan konst och marknadsföring, ett kort sammanfattande dokument, från ett svarsschema till några viktiga frågor.

Som exempel listar vi några frågor relaterade till samarbetet mellan Sebastiao Salgado och Illycaffé.

- När börjar konstnären arbeta för företaget?
- Vilka är de viktigaste resultaten av detta samarbete?
- Vilka är de vanliga värdena som företaget och konstnären delar?
- Vad påverkar företagets marknadsföringsstrategi?
- Vad påverkar konstnärens rykte?

### Mål

- Öka elevernas förmåga att förstå talade meddelanden, läsa och förstå texter på engelska (Flerspråkig kompetens).
- Öka elevernas förmåga att skilja och använda olika typer av källor, att söka efter, samla in och bearbeta information, använda hjälpmedel och att formulera och uttrycka sina skriftliga argument på ett övertygande sätt som är lämpligt för sammanhanget (Läs-och-skrivkunnighet).

- Öka elevernas förståelse för sin egen utvecklande identitet och kulturarv inom en värld av kulturell mångfald och hur konst och andra kulturella former kan vara ett sätt att både se och forma världen. Kulturell medvetenhet och kulturella uttrycksformer.

### **Kärnkompetenser**

Flerspråkig kompetens  
Läs- och skrivkunnighet  
Kulturell medvetenhet och kulturella uttrycksformer

### **Artiklar**

Kontaktperson för lärare för aktiviteten

Den grupp lärare som vi föreslår består också av: lärare i den språkliga axeln; konst expert  
Internetanslutning, en bärbar dator, papper och penna.

### **Varaktighet**

30 minuter - informationssökning

60 minuter - textbehandling

## **Steg 3**

### **Beskrivning**

Denna fas är för hela klassen.

Som en slutprodukt föreslår aktiviteten design, i samarbete med små lokala företag i livsmedelssektorn, av en originalförpackning för en av deras produkter. På detta stadium av aktiviteten måste eleverna välja ett företag och planera ett möte för att presentera förslaget. Presentationen kan göras med olika verktyg. Vi föreslår att du väljer ett verktyg som elever redan känner, till exempel PowerPoint. Lärarens uppgift är att hjälpa eleverna i valet av företaget och att stödja dem i kontakt- och förslagsfasen för projektet.

### **Mål**

- Öka elevernas färdigheter att kommunicera både muntligt och skriftligt i olika situationer och för att övervaka och anpassa sin egen kommunikation till situationens krav (Läs-och-skrivkunnighet).
- Öka elevernas förmåga att skilja och använda olika typer av källor, att söka efter, samla in och bearbeta information, använda hjälpmedel och att formulera och uttrycka sina skriftliga argument på ett övertygande sätt som är lämpligt för sammanhanget (Läs-och-skrivkunnighet).
- Öka elevernas förmåga att kritiskt tänka (Läs-och-skrivkunnighet)

### **Kärnkompetenser**

Läs- och skrivkunnighet

### **Artiklar**

Kontaktperson för lärare för aktiviteten

Internetanslutning, dator, telefon, e-postkonto.

## Varaktighet

Den erforderliga tiden kan inte förutses eftersom det beror på externa element.

## Steg 4

### Beskrivning/instruktion

Denna fas är för små grupper. Efter det preliminära mötet med det valda företaget, be dina studenter att göra en analys av företaget, inklusive analysen av dess produkter, de använda försäljningsmetoderna och alla faktorer som påverkar ett förpackningsprojekt. Vi föreslår att du följer de indikationer som föreslås i avsnittet "Exempel". För att göra analysen kan du också hänvisa till "Ursprunget till allt" -övningen där du kan hitta information och instruktioner för att använda Business Canvas Model.

Stöd dina studenter efter analysen att designa en originalförpackning för den valda produkten genom att förbättra den insamlade informationen och analysen. Om du har lämplig programvara tillgänglig för digital skapande av denna typ av produkt, kan du arbeta med dina elever för att skapa en mockup. Annars kan du begränsa dig till ett pappersutkast.

### Mål

- Öka elevernas förmåga att använda, få tillgång till, filtrera, utvärdera, skapa, programmera och dela digitalt innehåll (Digital kompetens).
- Öka elevernas kreativitetsförmåga som inkluderar fantasi, strategiskt tänkande och problemlösning och kritisk och konstruktiv reflektion inom utvecklande kreativa processer och innovation (Entreprenörskapskompetens).
- Öka elevernas förmåga att arbeta både som en individ och i samarbete i team, att mobilisera resurser (människor och saker) och att upprätthålla aktivitet (Entreprenörskapskompetens).
- Öka elevernas förmåga att fatta ekonomiska beslut avseende kostnad och värde. Förmågan att effektivt kommunicera och förhandla med andra och att hantera osäkerhet, tvetydighet och risker som en del av att fatta välgrundade beslut är nödvändig Entreprenörskapskompetens).
- Öka elevernas förståelse för hur digital teknik kan stödja kommunikation, kreativitet och innovation och vara medveten om deras möjligheter, begränsningar, effekter och risker (Digital kompetens).
- Öka elevernas förståelse för grundläggande funktion och användning av olika enheter, programvara och nätverk (Digital kompetens).

### Kärnkompetenser

Digital kompetens

Entreprenörskapskompetens

### Artiklar

Kontaktperson för lärare för aktiviteten

Den grupp lärare vi föreslår består också av: en tekniker om mjukvara för digital ritning används; expert på marknadsföring.

Internetanslutning, dator, tryckta kopior av Business Canvas Model.

## Varaktighet

90 minuter - analys av affärsmodeller

120 minuter - design av förpackningsmodellen

## Steg 5

### Beskrivning/instruktion

Denna fas är för hela klassen. Gör med dina elever ett urval av de erhållna resultaten. När du har valt den modell som bäst uppfyller företagets potentiella behov, bjud in dina elever att skriva ett kort dokument som beskriver deras projekt. Dokumentet ska implementeras digitalt (med exempelvis Google Drive-verktyg).

Kontakta företaget igen och bjud in företagets referensperson att lämna in förslaget. Stöd dina elever i presentationen. I slutet av mötet, utvärdera kollektivt den mottagna feedbacken och eventuella kritiska frågor som har uppstått.

### Mål

- Öka elevernas förmåga att kommunicera både muntligt och skriftligt i olika situationer och att övervaka och anpassa sin egen kommunikation till situationens krav (Läs-och-skrivkunnighet).
- Öka elevernas förmåga att skapa och dela digitalt innehåll (Digital kompetens).
- Öka elevernas förmåga att kritiskt tänka (Läs-och-skrivkunnighet).

### Kärnkompetenser

Läs- och skrivkunnighet  
Digital kompetens

### Artiklar

Kontaktperson för lärare för aktiviteten  
Internetanslutning, dator, videoprojektor

### Varaktighet

60 minuter - skapelse på presentationen

60 minuter - presentation av förslaget till företaget

## Minska avfallet genom förpackning

### Verksamhetsöversikt

Förpackningar kan spela en avgörande roll för att bidra till att minska avfallet.

För att starta en reflektion över denna punkt föreslår övningen en "resa" till Japan, för att lära sig en forntida japansk teknik baserad på användningen av Furoshiki: en traditionell miljövänlig inpackningstrasa.

Aktiviteten uppmanar eleverna att titta på några videor, läsa en kort artikel på engelska - under vilken 2006, den före detta japanska miljöministeren Yuriko Koike, marknadsförde furoshiki-tyg i ett försök att öka miljömedvetenheten och minska användningen av plast - testa tekniken och inse, som en slutprodukt, en kort video.



Förpackningar spelar en avgörande roll i produktionen och marknadsföringskedjan för en produkt, inte bara som ett kommunikations- och marknadsföringsverktyg, utan också som ett medium genom vilket det är möjligt att bidra till minskad avfall.

Från denna reflektion föreslår aktiviteten en "resa" till Japan, för att lära sig en forntida traditionell teknik baserad på användningen av Furoshiki: ett tyg som använts i århundraden i Japan för att svepa och bära vardagliga föremål eller presentföremål.

Aktiviteten är en förutsättning för att produkten ska förverkligas och ber eleverna titta på några illustrativa videor av tekniken och läsa en kort artikel på engelska från 2006 där det rapporteras att den dåvarande japanska ministerens ingripande av marknadsföring av furoshiki Miljö Yuriko Koike.

I slutet av kursen föreslår aktiviteten för eleverna att experimentera med tekniken och göra några videograferingar för att berätta och dela upplevelsen.

De föreslagna stegen i aktiviteten är följande:

- Leta efter videor som beskriver Furoshiki-tekniken. På Youtube kan du hitta många.
- Besök sidan avsedd för tekniken på webbplatsen för den japanska regeringens miljöministerium (japanska miljöministeriet)
- Läs och översätt meddelandet av Yuriko Koike, japansk miljöminister 2006, som skapade "Mottainai Furoshiki" som en symbol för japansk kultur för att minska avfallet (se de bilagda resurserna).
- Arbeta med följande tabell för att ta reda på mer om tekniken.

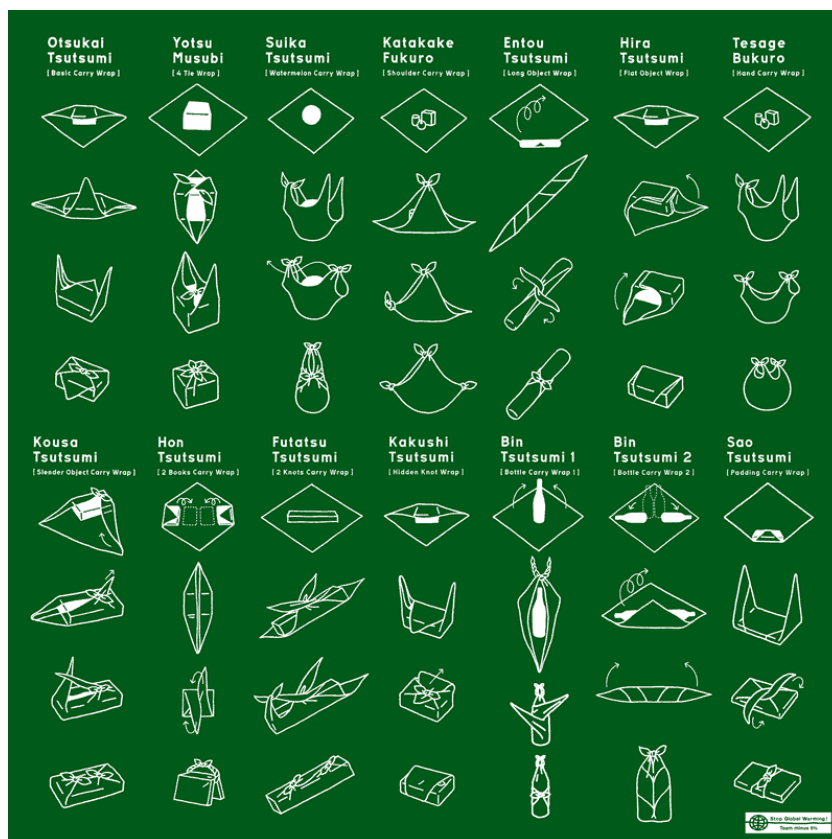


Bild: Japans miljöavdelning

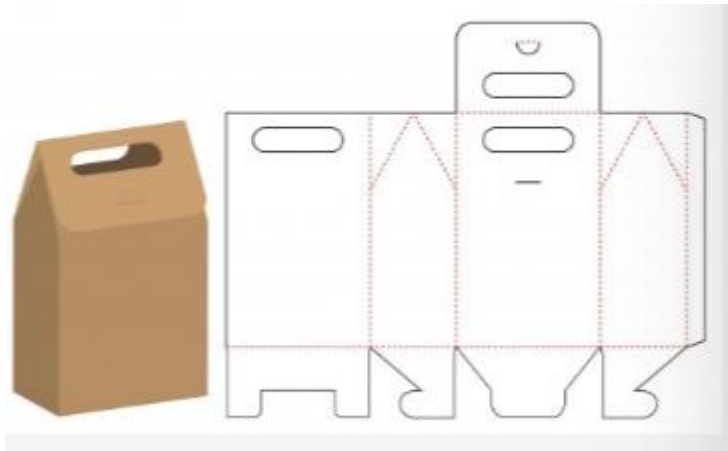
- Designa och skapa några "Mottainai Furoshiki" för att linda in olika föremål (en bok, en flaska, en Tshirt, etc).
- Video registrerar hela aktiviteten.
- Samla in filmerna och arbeta med efterproduktionen av inspelat material med målet att göra en videokampanj för din skola. Kom ihåg att videon bör innehålla följande element: Vad en Furoshiki är: kulturella, historiska element; den samtida betydelsen av denna forntida teknik (med hjälp av en återvinningssynpunkt); presentation av projektet; nödvändiga material; faser av aktiviteten; presentation av den slutliga produkten.

## Exempel

- Som ett exempel på kopplingen mellan förpackning och konst valde vi tre verk av konstnärer som arbetade med förpackningar: Alphonse Mucha, Fortunato Depero, Sebastiao Salgado.



## Exempel på lista över aktiviteter som krävs för att designa ett paket:



1. Inledande orientering
2. Planering av aktiviteter och tidpunkt för genomförandet av projektet
3. Forskning om produkten och insamling av data
4. Skapandet av konceptet
5. Gör en mockup
6. Marknadstest på små mängder

### Anmärkningar till punkt 3

#### Forskning om produkten och insamling av data

I detta skede är det nödvändigt att samla in data om följande element:

Produktens materialegenskaper (storlek, vikt, volym, form, ...)

Produktens immateriella egenskaper (pris, marknadspositionering, försäljningskanaler, typ av produkt, produktkategori ...)

Distributionssätt (transportmedel och distribution av produkten, t.ex. försäljning i fysiska butiker eller onlineförsäljning, transport på pallar, förvaring i lager ...)

Egenskaper hos den slutliga konsumenten (sätt och tider för konsumtion/användning, produktens unika och referensmål, t.ex. om en produkt kan användas vid olika tidpunkter eller på olika sätt kan du tänka på att skapa två olika typer av förpackningar som passar olika användningsförhållanden)

Regler (alla lagliga krav som förpackningen måste uppfylla. Exempel: näringsbord, närvaro av allergener ...)

Konkurrent (konkreta och immateriella egenskaper hos konkurrerande produkter ...)

### Anmärkningar till punkt 4

#### Mockup

Efter det att förpackningsidén definieras är nästa steg att göra en mockup: ett verktyg som gör det möjligt att visa kunden förpackningen som den kommer att bli. Det finns två typer av mockup.

Tryckt mockup: mockupen tryckt i hög kvalitet med samma material som används för den slutliga produktionen, gör att du kan testa strukturella, funktionella och estetiska aspekter av förpackningen.

Virtual 3D Mockup: den virtuella 3D-mockupen låter dig ha en virtuell förhandsvisning av förpackningen med möjlighet att rotera den 360 ° och observera den från olika vinklar.

## Artiklar

### Polen Rumänien Turkmenistan

1. Andy Warhol (1928–1987) Campbells soppburkar - 1962.
2. Alimentarium <https://www.alimentarium.org/en/knowledge/packaging-%E2%80%93-visual>
3. "The Package Design Book" Julius Wiedemann Boken har ett urval av hundratals verk och samlar Pentawards-vinnare från 2008 till 2016 och ger exempel på kreativitet i olika förpackningsformer.
4. Förpackning som kommunikationsmedium  
<https://www.alimentarium.org/en/knowledge/packaging-communication-medium>
5. Hyperlänken tar dig till studenterområdet Pentawards organisations webbplats. Pentawards är ett av de ledande nätverk som är dedikerade till att dela och ge exponering för global förpackningsdesign.
6. [Canva online designverktyg som gör att du enkelt kan skapa enkla grafiska mönster.](#)

## Minska avfallet genom förpackning

- Yuriko Koikes Mottainai Furoshiki - “Jag har skapat vad du kan kalla en” mottainai furoshiki”. Det japanska ordet mottainai betyder att det är synd att någonting går till spill utan att ha utnyttjat sin potential till fullo. Furoshiki är tillverkad av en fiber tillverkad av återvunna PET-flaskor och har ett fågel-och-blommor-motiv ritat av Itoh Jakuchu, en målare från mitten av Edo-eran. Den japanska inpackningsduken, känd som furoshiki, sägs först ha använts under Muromachi-perioden (1392-1573), när människor sprider den ut i stället för en badmatta eller lindade ens kläder med den. Furoshiki är så praktiskt att du kan svepa nästan vad som helst i den oavsett storlek eller form med lite uppfinningsrikedom genom att helt enkelt fälla den på rätt sätt. Det är mycket bättre än plastpåsar du får på stormarknader eller inpackningspapper, eftersom det är mycket motståndskraftigt, återanvändbart och mångsidigt. I själva verket är det en av symbolerna för traditionell japansk kultur och sätter accent på att ta hand om saker och undvika avfall. Det skulle vara underbart om furoshiki, som en symbol för traditionell japansk kultur, skulle kunna ge oss en möjlighet att ompröva möjligheterna i ett ljudmaterialcykelsamhälle. Som min uppriktiga önskan skulle jag vilja sprida furoshikikulturen till hela världen. ”
- Blogg från vilken du kan inspirera dig till att arbeta med Furoshiki  
<http://www.thinkpositiveprints.com/2012/08/furoshiki/>