

נשיאה טובה



פונקציונלי ויזוית לסיבה. שקיות הקולבים (צילום: DEDE DextrousDesign)

אקדח, קולבים, בקבוקי בירה ושיניים נושכות שימשו השראה לשקיות מעוצבות, המיוצרות ברחבי העולם במסגרת מסעות פרסום יצירתיים במיוחד / יניב משיח



שקית (התה) בשקית (צילום: יח"צ Lipton)



קמפיין לסדרת מתח (צילום: duval guillaume modem)

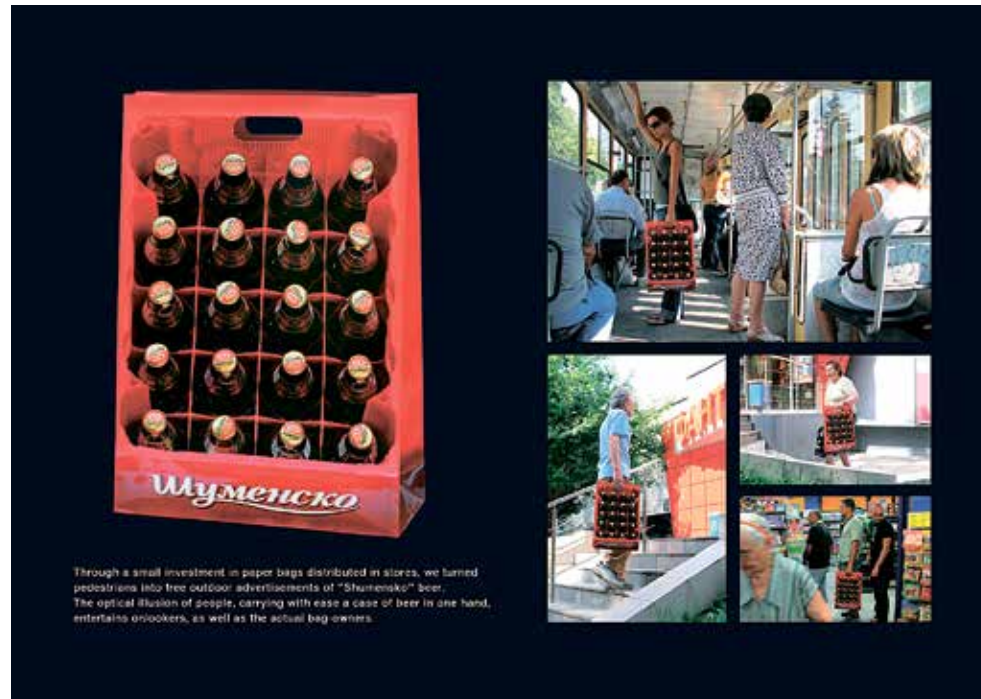
שקיות שימשו מאז ומתמיד כפרסומת מהלכת שאנחנו, הצרכנים, עושים לחברה שאת מוצריה בחרנו לרכוש. ואין זה משנה אם מדובר במוחגי האופנה החביבים עלינו או ברשת הסופרמרקטים השכונתית, שהלוגו שלהם מוטבע באותיות ענק על השקיות אותן אנחנו נושאים בדרכנו הביתה. במשרדי הפרסום ברחבי העולם הבינו את הפוטנציאל השייווקי הגלום בשקיות שכאלה, וכחלק מקמפיינים שונים יצרו שקיות מעוצבות שנוצרו לשיווק מוצרים חדשים ולקידום תכניות טלוויזיה. מעצבים מוכשרים גם נכנסו לתמונה כשעיצבו שקיות בהן נעשה שימוש מושכל באביזרים שונים המוצמדים לשקית, כמו לדוגמה קולבים, הנחשבים לפרט הכרחי בארון הבגדים. שניים שמצאו פתרון מתוחכם ויצירתי למצוקת הקולבים הם צמד המעצבים הגרמנים אליקי רוביטי (Aliki Rovithi) ופואנט אסור (Foant Asour) מסטודיו DEDE DextrousDesign. הרעיון הקריאטיבי שלהם מגיע בשקית המעוצבת בסגנון הייטקיסטי נקי בצבע לבן. את זריקת הצבע מעניק הקולב שמשולב בה ומגיע בשלל צבעים רעננים, דוגמת תכלת, צהוב ואדום. השקית הוצגה בתערוכת

שקית ארגו בירה

שקית תה ליפטון הקלאסית מגיעה כשהיא מונחת בקופסת קרטון צהובה המזוהה עם החברה, והתה הירוק מגיע במארז בנווני ירוק. במשרד פרסום בערב הסעודית הפתיע איש הקריאטיבי כשהעניק את הפרשנות שלו למושג שקית תה. במסגרת מסע פרסום זכתה שקית התה הירוק למידות חדשות, והגיעה כשקית הכוללת

ידידות נשיאה עשויות פלסטיק. המראה המתקבל הוא של שקית תה ענקית הנישאת ממקום למקום. גם חברת קרלסברג העולמית בחרה לשווק בירה בולגרית מקומית באמצעות שקית נשיאה מעוררת התפעלות. הבירה shumensko זכתה לשקית שעוצבה במראה ארגו

בקבוקי בירה של המותג. השקית הממותגת בצבע אדום עשויה ניילון קשיח, והיא הפכה ללהיט ברחבי בולגריה וחולקה בעשרות אלפים לחובבי המשקה התוסס. בגרמניה מצאו דרך מקורית לשווק תכשיר שסייע לחובבי כסיסת הצפורניים להיגמל מהרגל



Through a small investment in paper bags distributed in stores, we turned pedestrians into free outdoor advertisements of "Shumensko" beer. The optical illusion of people, carrying with ease a case of beer in one hand, entertains onlookers, as well as the actual bag owners.

בירה בג (צילום: Chavdar Kenarov & Marsel Levi)



אוחזים בשיניים (צילום: Jung von Matt Aktiengesellschaft)



קופסת נעליים (צילום: Alistair Marshall)

שחולקו ברחבי גרמניה הפכו את המותג למוביל בתחום התכשירים למניעת כסיסת ציפורניים. **נעליים קונים מהר** לא מעט כותבים ידם תסריטים מוציאים תחת ידם תסריטים מופלאים לסדרות מטרה מצליחות. אנשי משרד הפרסום הבלגי duval guillaume modem, שהופקדו על קידום סדרת פשע ומטרה ששודרה

השקית ולקבל את הבעיה בחצי חיוך - מה שסייע לו לעבור את התקופה הקשה בקלות". במסגרת הקמפיין המסיבי בגרמניה, חולקו שקיות נשיאה שעל ידיהן מוטבע חלק תחתון של פנים, כשמסביב לידיות מודפסות שיניים. התוצאה המתקבלת היא שהנושא את השקיות ננשך בידיו... זאת אולי כדי להמחיש לכוססי הציפורניים כיצד הם נראים בעת הפעולה. 50 אלף השקיות הצבעוניות

המגונה. השקית, שיצר המעצב יונג פון מאט (Jung von Matt) תחת הכותרת biter Nail, עוצבה עבור חברת Stop'n'Grow הגרמנית. "אין ספק שכדי לשווק תכשיר שיעזור לנו להיגמל מהרגל של כסיסת ציפורניים, צריכים להיות מאוד יצירתיים", אומר יונג פון מאט. "כחלק ממסע הפרסום לתכשיר, הצעתי שניצור שקיות שימחישו עד כמה מדובר בהרגל רע, אך גם יגרמו למשתמש בתכשיר להשתעשע עם

באחד הערוצים המקומיים, יצאו במסע פרסום מעורר השראה. במסגרת הקמפיין, שלווה בשלטי חוצות, ניפקו אנשי הקריאטיבי שקיות מעוצבות. "ברוח הלוגו, הפתיח ורוח הסדרה יצרנו את ה-ASPE Crime Stories Bag", אומר קרל וינק, מנהל המשרד. "את הקמפיין יצרנו כשהסדרה עלתה לאוויר בשנת 2008, וחילקנו אלפי שקיות שנחטפו תוך כמה ימים. בהמשך גילינו שהשקית הפכה לפריט לאספנים בקרב חובבי הסדרה". השקית עשויה מנייר מחוזר, כולל כיתוב ברוח הסדרה ואקדח המוטבע בחלקה העליון בסמוך לידיות האחיות. המראה שנתר הוא שהמחזיק בשקית בעצם אוחז באקדח. המעצב הבריטי אליסטייר מרשל מצא דרך מקורית להפוך את מותג הנעליים הניו יורקי moo לצעיר, בועט ופורץ גבולות. "חיפשתי משהו שידבר לקהל הניו יורקי המתוחכם והמעורב, אך יהיה גם מעוצב", אומר מרשל. את שקיות המותג עיצב בשנת 2010 כקופסת נעליים, כאשר על גבי השקית מודפסת נעל סניקרס אופנתית ואילו שרוכי הנעליים משמשים כידיות הנשיאה של השקית. "מדובר במותג אקולוגי, ולקוחות החברה הם שוחרי איכות הסביבה, צמחונים וכאלה שאכפת להם מדרך ייצור הנעליים. המטרה היתה לעצב להם משהו שידבר בשפה התואמת את ערכי המותג ואת התפיסה של קהל היעד. כך יצרתי את השקית מחומרים מחוזרים ושרוכי נעליים מחומרים מתכלים. השקית זכתה לפופולריות והפכה את המותג למבוקש במיוחד."