

Ministerul Educatiei al Republicii Moldova
Universitatea Tehnică a Moldovei
Programul de masterat “Design Industrial”

Admis la sustinere

Sef de departament: conf. univ. Podborschi Valeriu

“16” ianuarie 2016

Ambalaj pentru cereale

Teză de master

Masterand: Nichitin Carolina

Conducător: Podborschi Valeriu

Chişinău - 2016

Cuprins

Introducere	
Cuprins	9
I. ISTORIA ȘI CLASIFICAREA AMBALAJELOR	11
1.1. Istoria apariției și dezvoltării ambalajelor	12
Revoluția Industrială și dezvoltarea tehnicilor de ambalare	13
1.1.1. Canoane păstrate în timp	14
1.2. Definirea noțiunii de ambalare și preambalare	15
1.2.1. Termeni specifici	16
1.3. Clasificarea ambalajelor și tipuri de ambalaje	17
II. ANALIZA AMBALAJELOR PENTRU CEREALE.....	19
2.1. Materiale utilizate la confecționarea ambalajelor	20
2.1.2. Ambalaje din sticlă utilizate în industria alimentară	22
2.1.3. Materialele plastice utilizate pentru confecționarea ambalajelor	26
2.1.4. Materiale metalice utilizate pentru confecționarea ambalajelor.....	28
2.1.5. Materiale complexe utilizate pentru confecționarea ambalajelor.....	31
2.1.6. Materialele auxiliare pentru producerea ambalajelor	32
2.2. Funcțiile ambalajelor	32
2.3. Design-ul ambalajelor	36
2.3.1. Etichetarea ambalajelor pentru produse alimentare	40
2.4. Modele de analogi	44
III. ANALIZA ERGONOMICĂ	46
3.1. Cerințe de calitate impuse ambalajelor	47
3.2. Norme de păstrare a produselor cerealiere	49
3.3. Standardizarea ambalajelor	50
3.4. Elementele esteticii ambalajelor	51
3.5. Antropometria mâinii.....	52
IV. ARGUMENTAREA VARIANTEI PROPUSE	53
Bibliografie.....	59

Rezumat

În condițiile economiei de piață, este foarte important de a te evidenția pe piețele concurențiale. Succesul produselor și respectiv al agenților economici, care le comercializează, nu poate fi asigurat numai prin calitatea produselor, proiectarea lor ireproșabilă sau măsuri de management financiar, este nevoie și de o imagine exterioară a produsului atractivă.

În aceste condiții se evidențiază rolul design-ului ambalajelor. Conform literaturii de specialitate, ambalajul este învelișul exterior al unui produs destinat vânzării-cumpărării și constituie un important promotor al comercializării, denumit la mod figurat vânzătorul mut.

Ambalajul face legătura dintre producător și consumator, protejînd și păstrînd produsul proaspăt și intact pînă la destinație, astfel este o temă actuală de cercetare și deschisă pentru noi tehnologii, tendințe și materiale.

Pentru realizarea acestui proiect s-au urmărit următoarele obiective:

- Obținerea *unui* ambalaj ecologic reciclabil
- Elaborarea unei forme noi pentru industria de ambalare a cerealelor

În primul capitol s-a descris pe scurt, din diferite surse, istoricul ambalajelor și evoluția lui în timp, modificîndu-se în conformitate cu cerințele de piață.

Capitolul doi descrie compartimentul analitic și analiza analogilor. Se relatează despre aspectele de bază, funcția, materiale utilizate, metode și tehnici de ambalare etc.

Capitolul trei conține informații din domeniul ergonomic și descrie tangența proiectului cu termenii ergonomici. Este relatat pe scurt despre funcție, structură și formă, în estetica industrială. Antropometria mîinii este unul din factorii de la care se pornește proiectarea unui ambalaj, în special cel care are legătură directă în utilizare cu mîna omului. Și desigur norme de menținere a calității produsului ambalat.

Astfel, putem spune că ambalajul este mai mult decît un component al produsului, el este un produs de sine stătător, care necesită o deosebită atenție în proiectare, și de modul cum va fi acesta conceput va depinde soarta produsului ambalat.

Summary

In the market economy, it is important to highlight your competitive markets. The success of the respective products and businesses, selling them cannot be ensured only through quality products, their flawless design or financial management measures is needed and attractive external appearance of the product.

In these conditions highlights the role of packaging design. According to the literature, packaging is the outer shell of a product for sale-purchase and is an important promoter of trade, figuratively called the silent seller.

Packaging connects producers and consumers, protecting and preserving fresh and intact to the destination, so it is a current research topic and open to new technologies, trends and materials.

For this project the following objectives were pursued:

- Obtaining an ecological recyclable packaging
- Develop a new form of cereals for the packaging industry

The first chapter briefly described from various sources, history and evolution of the packaging while, change is in line with market requirements.

Chapter two describes the analytical department and analogs analysis. It tells about features of basic function, materials used, packaging methods and techniques.

Chapter three contains information concerning ergonomics and ergonomic terms describing the project tangent. It is narrated briefly function, structure and form, the industrial aesthetic. Anthropometric hand is one of the factors which starts designing a package, particularly one that has a direct connection to use with human hands. And of course rules to maintain the quality of the packaged product.

Thus, we can say that packaging is more than just a component of the product, he is a standalone product that requires special attention to design, and how it will be developed will depend on the fate of the packaged product.