

CSEPELLA OLIVÉR

CÍMKECSALÁD TERVEZÉSE

WENINGER Az osztrál Weninger családi pincészet nemrégiben elindított új márkája a “mehr vom weningen” (jelentése: többet weningertől) a szőlőterelésből származó, boron kívüli termékeket gyűjti össze, ezek jelenleg a szőlőlé, szőlőmagolaj, verjus és vörösborecet. A márkához tervezett eddigi címkék steril világa a borászat által képviselt szellemiségtől távol álltak: “Nálunk minden egyes munkafolyamat a természet tiszteletben tartásával zajlik. Azért, hogy egészséges és ételtel teli szőlőt szüretelhessünk, figyelembe vesszük a Hold állását és követjük az évszakok ritmusát, így megteremtve az egyensúlyt. A biodinamikus preparátumok és a különböző homeopátiás teák is segítségünkre vannak.” Ezért Franz Weninger a pincészet vezetője és Juhász Márton tipográfus tanár 2012 júliusában címketervező workshopot szervezett. Az első nap Franz körbevezetett minket horicsoni és balfi pincészetükben, mesélt az ott alkalmazott eljárásokról és megosztotta velünk a család termelői szellemiségét. Ezután a workshopon résztvevő nyolc grafikus hallgatónak (köztük nekem) egy hetünk volt a tervezésre és a hétvégi prezentáció összeállítására. A workshop után az én koncepciómat választották, ebből született meg a benevezett címke.

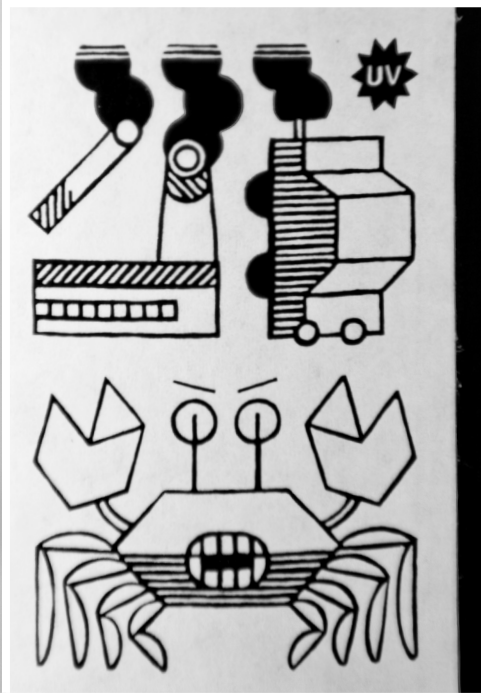
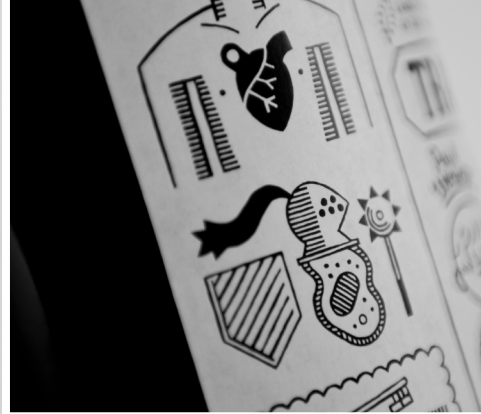
WORKSHOP Az elvárások sokfelé ágaznak. Jelezni a termék kiváló minőségét, közben megteremtve a családi cég emberközeli, kézműves atmoszféráját, és mindezt grafikai közterek nélkül. A viszonylag alacsony példányszám miatt, felmerült a magasnyomás lehetősége és a borász személyére visszavezethető egyedi jelzés szerepeltetése, mint aláírás, vagy ujjlenyomat.

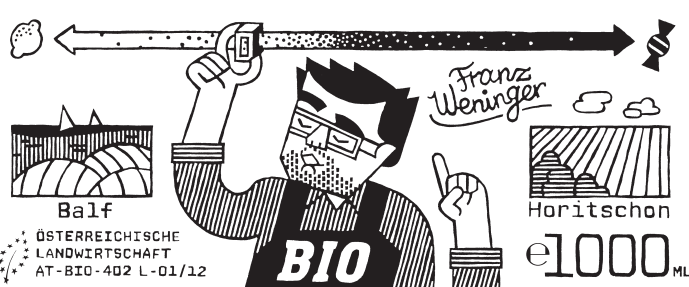
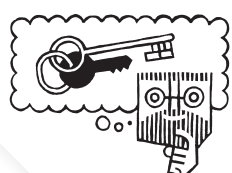
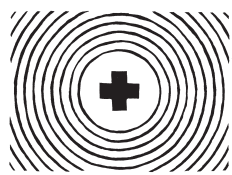
BRIEF Abból indultam ki, hogy ha a magyar és a német nyelvű címkéken megjelenítendő feliratokat piktogramokkal és infografikákkal helyettesítem csak a számokat és a mértékegységeket meghagyva, a címke internacionálissá válnak. Ezzel magasnyomás esetén sokkal gazdaságosabbá válik a gyártás, hiszen egy klisével egyszerre tudják lenyomtatni az összes címkét. Ahány színt használok, annyi klisére és újranyomtatásra van szükség, ezért egy színt használok (fekete). A metszetek és a modern geometrikus illusztrációk világát vegyítő grafikai nyelvet választottam, külön díszítést nem használok és minden elem jelentéssel bír. Sok információt kell megjelenítenem, indokolt a redukálás: egy vonalvastagsággal dolgozom (0.1 mm), az üres világos és a kitöltött fekete foltokon kívül egy sűrűbb és egy ritkább vonalritmust alkalmazok.

A workshop során létrehozott címkét a szőlőmagolajnak készítettem. Három részre osztottam, a középső a legfigyelemfelkeltőbb rész. Itt van a címkiírás (két nyelven), felette Franz Weninger préseli a magokat, valamint ezen a részen helyeztem el a pincészet nevét és elérhetőségét, a két falut és minden üvegre kézzel ráírandó sorozatszámot. A másik kettő oldal a másodlagos tudnivalóké, a bal oldal az elkészítéssel (mennyi szőlőből készül mennyi szőlőmagolaj), a jobb oldal pedig élettani hatásaival foglalkozik (az proanthocianidin védi a szervezetet a környezeti hatások ellen).

Mikor a munkát megkaptam, nem ezt folytattam, hanem –mivel ez volt a legsürgősebb– a szőlőlének terveztem címkét. Az alapkoncepciót megtartottam, de sok minden változtattam. Itt is háromra osztottam a teret, de nem egyenlő részekre. A középső szegmens majdnem háromszor olyan széles, mint a szélsők. Rajta helyeztem el a címfeliratot (Geared – tervező: Ben Dalrymple), Franz-t feje felett egy savanyú–édes skálával, amin a szándékolt savasságot jelzi. Balf és Horicson, mint felirat elvesztek volna a többi szöveg között ezért kis illusztrációkat kaptak. Az elemek megsokszorozódtak: itt a kötelezően feltüntetett apró szöveg, a két embléma (☼, ☾) és a vonalkód. Előbbit a cím alatti jobb oldalon helyeztem el, a workshop óta ehhez új betűtípust választottam (CPMono – tervező: Graham Smith). A vonalkódot, ahogy a textust is a kép alkotóelemeiként kezeltem, a középen látható dézsa felületévé vált. Ezen címkén szerepel Paul Weninger, a borász család legfiatalabb tagja (Franz kistia) üveggel a kezében, az alkoholmentességet mutatja.

A szőlőlénél a készítés folyamata elég kiszámítható, viszont számtalan jótékony hatása van. Elhagytam az olajnál használt időrendi bemutatást (készítés–termék–hatások) és csak a hatásokat osztottam két felé aszerint, hogy mit erősítenek és mit gyengítenek vagy akadályoznak meg. Bal oldalra került a szívét, az immunrendszert és a memóriát segítő tulajdonság, jobb oldalra pedig a káros környezeti hatások, a rák, valamint a allergia elleni védelem került. Az oszlopokba ez a három-három piktogram egyforma foltban, üres csatornával elválasztva jelenik meg, hogy egymástól jól elkülönüljenek. Megőriztem és továbbvittem az elképzelt geometrikus-metszett grafikát. A szőlőmagolajtól eltérően itt a kézzel rajzolt vázlatokat, vektorosan rajzoltam át a végleges formáig, majd a címkét 160%-os nagyításban, invertálva nyomtattam ki. Átvilágítóasztalon rajzoltam át ez alapján a későbbi fehér foltokat. A címke megőrizte mértani, pontos szerkesztésű arculatát, a vonalvastagság is megegyező vastagságúnak tűnik, ezzel együtt pedig rendelkezik a metszett grafika esetlenségével is.

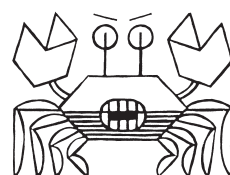
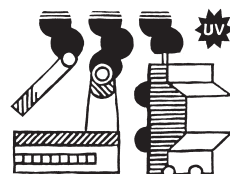
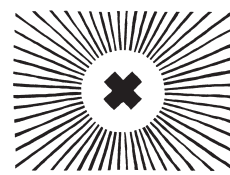




TRAUBENSAFT/SZŐLŐLÉ



BIO-TRAUBENSAFT
ZUTATEN: TRAUBENSAFT,
ANTIOXIDATIONSMITTEL
ASCORBINSÄURE,
VOR WÄRME UND LICHT
GESCHÜTZT LAGERN.
MINDESTENS HALTBAR
BIS ENDE: 10/2013
WEINSTEINAUSFALLBEI
KALTER LAGERUNG IST
EIN NATÜRLICHER PRO-
ZESS UND ZEUGT VON
DER NATURBELASSENHEIT
UNSERES PRODUKTES.
WEINGUT WENINGER GMBH,
FLORIANIGASSE 11, 7312
HORITSCHON, AUSTRIA
WWW.WENINGER.COM



szándékolt
savasság

védi, segítit

csökkenti a
szívbetegségek
kockázatát

erősíti az
immun-rendszert

fejleszti
a memóriát

szándékolt
savasság

TRAUBENSAFT/SZŐLŐLÉ

alkoholmentes
=
gyerekek is
fogyaszthatják

vonalkód

kötelezően
feltüntetett
információk

megakadályozza

káros
környezeti
hatások

csökkenti a rák
esélyét

anti-allergic
effect