

Műleírás

csomagolásterv

A pályázatra beadott munkám egy saját termékhez tervezett csomagolás. A termék egy egyedileg varrott nyakkendő, amelyet a tervezéstől a szabáson át egészen a kivitelezésig saját kezűleg készítettem. A tervezés során fontosnak tartottam, hogy ne a megszokott külső köszönjön vissza. Ezt a nyakkendő szabásával, és az eltérő anyagok ötvözésével próbáltam elérni. Választásom két fekete, de különböző textúrájú anyagra esett. Fő anyaga egy kellemes tapintású matt, pamutos textil, amit rendkívül jól kihangsúlyoz a fényesen csillogó selyem. Mindezt úgy kombináltam, hogy a termék megjelenése elegáns, de mégis fiatalos és különleges legyen. Elkészítéséhez természetesen több nyakkendőt is alaposan szemügyre vettem, majd egy szabásminta elkészítése után kiszabtam, végül megvarrtam saját termékemet.

A nyakkendő elkészülte után egy szintén elegáns, a termékhez illő, de ugyanakkor egyszerű csomagolás megtervezése majd annak elkészítése volt a cél. Hosszas tervezgetés után egy hajtogatott ingre esett a választásom, mely kihangsúlyozza a termék szerepét is. Maga a csomagolás egy téglalap alakú papírból néhány lépésből könnyedén meghajtható vágások és ragasztás nélkül, így akár sorozatgyártásra is alkalmas lehet. Mivel számomra a megjelenés és a design mellett a környezettudatosság is fontos szerepet játszik, így a csomagolás újrahasznosított papírból készült és törekedtem anyagigényét is a lehető legjobban minimalizálni. A felhasznált papír méretét 69,5 x 115,5 cm-nek határoztam meg, hosszas kísérletezés után ez tűnt számomra a legideálisabbnak, mind arányait mind méretét tekintve. Az ing meghajtva 35 x 20 cm nagyságú, és hogy felfedje milyen termék lapul a csomagolás alatt, nyakrészéből egy 6 cm hosszúságú rész van bemetszve, majd hátrahajtva. A kihajtott rész a nyakkendő csomóját megmutatja, többi részét azonban védi a külső hatásoktól.

A csomagoláson kizárólag a logó jelenik meg, többi adata, mint például színe, mérete valamint a vonalkód egy különálló címkén jelenik meg. A címke 39 x 80 mm nagyságú, és az ing bal oldali gallérjára van függesztve egy szintén száz százalékból természetes anyagból készült zsinórral. Megjelenik még továbbá rajta a készítő neve, a származás helye és a termék fazonja is. A címke két oldalú, az adatokat tartalmazó oldallal szemközt oldalán a külön a címkére tervezett logó jelenik meg.

A csomagolás megtervezése után céltom a már elkezdett elegáns stílus tovább folytatása volt, ezzel megteremtve egy olyan összképet, ahol minden egyes apró rész harmóniában van a többivel. Így következő feladatom a logó és egy hozzá tartozó márkanév kidolgozása volt. A logó több variációban is elkészült de legmegfelelőbbnek az utoljára elkészült változat bizonyult. Ez egy szabályos tízszög alakú forma, amely átlóinak

metszeteként egy csokornyakkendő jelenik meg. A csokornyakkendő magára a termékre utal, a sokszög és annak átlóinak finom megjelenése pedig a termék többi részén már kialakított eleganciát igyekszik megjeleníteni. Márkanév gyanánt a gentleman szóra esett a választás, és kihangsúlyozva, hogy ezek egyedileg készített termékek a márkanév alatt az egyedi nyakkendők kifejezés is megjelenik. Az alaplogo egésze tehát ebből a két részből tevődik össze, felül a sokszöggel, alatta pedig a márkanévvel. Egyes helyeken azonban szükség lehet a logo egyszerűsített változatára így ilyen esetben a logó márkanév nélkül is használható. A címkén szintén egy egyszerűbb logó jelenik meg, azonban itt nem lenne esztétikus az alap logó egyszerűsített változata, így itt csak a márkanév és annak jobb szélén az alaplogóban megjelenő csokornyakkendő jelenik meg.

A gentleman kifejezést azért tartottam megfelelőnek márkanévnek, mert maga a kifejezés is azt a stílust és eleganciát sugallja amit az egész arculat során nagyon fontosnak tartottam. „Az angol gentleman szó fordításaként keletkezett úriember eredetileg osztályhelyzetet jelölt, mégpedig a kialakulóban lévő polgársághoz, sőt a mesteremberekhez való tartozást jelentette.”

A termék részt vesz a mell-, és prosztatatrákszűrés hónap kampányban, melynek részeként október és november hónapban a termék aktualizált csomagolásban jelenik meg. Ilyenkor a csomagoláson nem csak a logó, hanem egy nyomott sorozatminta is megjelenik. Ezt igyekeztem úgy kialakítani, hogy a minta stílusa is a csomagoláshoz illő legyen. Éppen ezért mindekét esetben a minták vékony vonalakból állnak.

A mellrákszűrés jellegzetes szimbóluma a keresztbe tett szalag, ezt azonban nem a hagyományos módon jelenítettem meg, hiszen utalva a termékre nem szalag, hanem egy nyakkendő jelenik meg a hagyományos keresztbe fonódott helyzetben. A sorminta ez a szimbólum és egy szintén a termékre és a logóra utaló csokornyakkendő válatkozásából jött létre. Mivel a mellrák elleni kampány másik jellegzetes jelképe a magenta szín, így mindez ebben a színben mutatkozik meg.

A prosztatatrákszűrés kampányának jelképe a bajusz, így november hónapban egy bajúszos sorminta jelenik meg a csomagoláson. A sormintában több féle bajusz, és azok stílusához tartozó kalap és nyakkendő van elhelyezve. Ezek együttes kombinációja egy egyedi kifejezésmódot hoz létre, ami igazodik a termék sajátos karakteréhez.

A logó mindkét aktualizált csomagolás esetében fekete színben jelenik meg, és minden esetben egy vékony vonallal határolt téglalapban van elhelyezve. Erre a téglalapra azért volt szükség, mert a logó a mintás felületen jelentéktelenné és zavaróvá vált volna, a helyét viszont fontosnak tartottam, hogy végig megtartsa.

A minták mindkét esetben kizárólag a csomagolás első oldalán jelenik meg, a gallér és a hátoldal érintetlen marad.

Ezt a két aktualizált csomagolást azért tartottam fontosnak,, mert úgy érzem, hogy fel kell hívni az emberek figyelmét a manapság egyre gyakoribb rákbetegségek megelőzésének fontosságára.