

tekst & fotografie **Steven de Cleen**, oprichter & creative strategy director ProudDesign



## 2020: WRAP IT UP

Tja, wat kan ik nog zeggen, anders dan dat ik blij ben dat de supermarkten in 2021 nog open zijn! In de vroege of late uurtjes, goed beschermd en gereinigd scan ik de schappen voor mijn eigen en jullie boodschappen. Voorlopig even geen buitenlandse pareltjes Of missers, maar verpakkingen van eigen bodem, op het snijvlak van creativiteit en strategie om de perfecte verpakking te vinden. In de eerste aflevering een hoofdrol voor wraps. Verpakkingen zo plat als een pannenkoek en daarmee bijna niet zichtbaar in het wrapschap. Vaak met een duidelijke merkkleur, omdat het onderdeel is van een groter assortiment. Hier wat voorbeelden uit verschillende supermarkten, zonder volledig te willen/kunnen zijn.



**BANDEROS** Banderos is een nepmerk van Superunie. Te donker(rood) voor het schap én het product en om Santa Maria te bedreigen.



**NO FAIRYTALES** Deze wraps staan mooi gespiegeld in het verschap, wat een groot voordeel is. Het verhaal en design zijn prachtig, met het productvenster als gezicht. De dromerige typografie en tekeningen passen perfect bij het sprookje. Alleen als ik er wat vaker naar kijk, voelt het wat saai en mis ik het plezier. Gelukkig staat er wat lekkere fotografie op de achterzijde!



**AH** Vrolijke, frisse verpakking met een moderne interpretatie van Mexicaans eten. Opvallend & leuk!



**AMAIZIN ORGANIC** Het meest amazing aan dit design is het flauwe grapje met de ezel. Ik verklap alvast, de taco wordt een kar. De rest is plichtmatig authentiek door de warme kleur en Zuid-Amerikaanse foto. De fotografie van het product is wel erg lekker, maar die sporty Nike-swoosh als venster doet de deur dicht. *It's a wrap.*



**SANTA MARIA** De nieuwe bruingerande verpakking valt zelfs plat op het schap goed op omdat hij tot aan de rand loopt. Het maakt de boodschap meteen duidelijk: duurzamer door minder plastic. Het matte bruine craftpapier kreukt wat meer, maar dat maakt het best ambachtelijk. Het design is verder degelijk: merk - variantnaam - foto. Duidelijk de market leader of the pack.



**JUMBO** In deze kleurenrij slaat alles dood. Teksten zijn onleesbaar en fotografie onsmakelijk.



**LA MORENA** De meest traditionele en ambachtelijke van het stel. Echt uit Mexico met een echt verhaal. De oranje kleur is opvallend en retro met het bruin erbij. Aangevuld met de 'scaper'-tekenstijl is de verpakking prachtig. Maar missen we de smaak van echte fotografie? Toch heeft het iets authentieks en daarmee geloof ik haar.



**KNORR** Grote toetreders in het segment met een frisse, moderne uitstraling. De groene kleur is lekker fris en passend bij product en merk. Het zorgt voor een mooi contrast met de variantkleur en duidelijk waar het van gemaakt is. Design in start-up stijl van een grote jongen. Ik vind hem leuk en maakt Knorr wat aardiger.