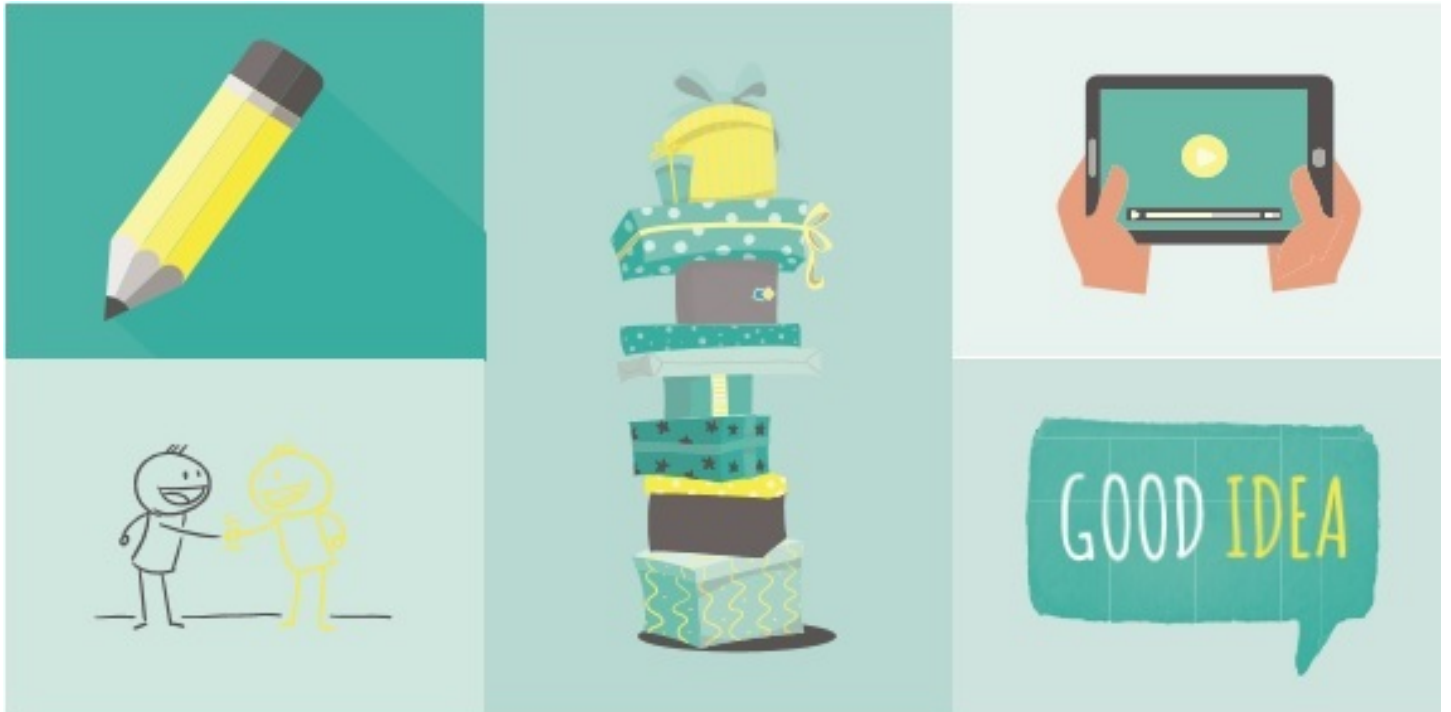


Advertorial: Mogen wij je inspireren

14-11-2016 13:30



WrappIDup staat voor verpakingsoplossingen die een positieve bijdrage leveren aan het imago en de (online) zichtbaarheid van bedrijven en merken. WrappIDup biedt verschillende producten en diensten om het proces, van ideeontwikkeling tot eindproduct, te ondersteunen. Inspireren is hierbij een belangrijk uitgangspunt, want zonder inspiratie geen creatie.

“Hoe wij aan inspiratie komen? We zijn gek op verpakkingen,” bekent WrappIDup trendwatcher Linda van den Heuvel lachend. “Overall waar wij komen gaat onze aandacht uit naar verpakkingen. Op het station, bij de benzinepomp, in de supermarkt, bij het tuincentrum, tijdens een dagje winkelen en zelfs tijdens onze vakantie. Wij worden enthousiast van een frietbakje, shopper, koffiebeker of cadeaudoosje. Natuurlijk bezoeken wij regelmatig trendevents en sinds kort organiseren wij ook zelf speciale trend- en inspiratietours, puur gericht op verpakkingen. Alle verzamelde ideeën dienen als basis voor nieuwe, onderscheidende verpakingsconcepten en ter inspiratie voor onze klanten.”

Trendtour Kopenhagen

De eerste WrappIDup trendtour vond afgelopen oktober plaats en had als bestemming Denemarken. In twee dagen tijd liepen Linda en haar collega Jolanda Serraarens maar liefst 39,56 kilometer door de straten van Kopenhagen, op zoek naar de nieuwste, leukste, grappigste en meest verrassende verpakkingen.

Uitblinken in eenvoud

Linda vervolgt haar verhaal: “Van parfumerie en boetiek tot snackbar en koffiecorner. Kopenhagen ademt Deens design: strakke lijnen, neutrale tinten en natuurlijke materialen. Simplistisch, maar met een hoge mate van functionaliteit. Dit zie je duidelijk terug in het verpakkingdesign. Er worden eenvoudige dessins gebruikt

met veel witruimte. 'Uitblinken in eenvoud' lijkt hier het ontwerpcredo. Wat verder opvalt is de Deense degelijkheid. De gebruikte papier- en kartonsoorten zijn van zeer hoge kwaliteit."

De verpakking als onderdeel van het interieur

"Het gebruik van veel witruimte creëert rust en geen gevoel van orde en ruimtelijkheid. Die orde zie je ook terug in de wijze van presenteren. Presentatie krijgt hier veel aandacht, waardoor objecten (zowel food als non-food) maximaal tot hun recht komen in de ruimte. Dit betekent geen bomvolle kledingrekken en volgepropte schappen. In veel gevallen krijgt de verpakking ook een 'eigen podium'. Enerzijds vormt de verpakking in verschillende winkels een wezenlijk onderdeel van het interieur. Denk aan wandplanken, met daarop keurig gerangschikte stazakjes, doosjes of koffiebekers, die naast elkaar een soort patroon vormen. Herhaling is eveneens typerend voor het Scandinavische design. Ook dit zorgt uiteindelijk weer voor rust."

De verpakking hoort er gewoon bij

"Anderzijds krijgt de verpakking een eigen podium in de vorm van een zeer uitgebreide inpaktafel, of beter gesteld: inpakruimte," vult Jolanda aan. "De inpaktafel staat niet ergens achteraf in een hoekje en bestaat niet uit een rolletje cadeaupapier, een schaar en wat tape. We zien inpakvellen, cadeaudozen, lintjes en ga zo maar door. De verpakking hoort er hier duidelijk bij en dat mag gezien worden ook. Ditzelfde geldt voor de servicetafel in bijvoorbeeld koffietentjes. Hier wordt duidelijk veel aandacht aan besteed."

EigenwIJs

"Scandinavisch design wordt ook vaak omschreven als een beetje eigenwijs," vervolgt Linda. "Scandinaviërs doen het graag op hun eigen manier. Dit vertaalt zich niet alleen in een uitgesproken design, maar ook in een creatieve wijze van verpakken. We zien dezelfde verpakkingen als in Nederland, maar dan gebruikt voor andere producten of toepassingen, dan waarvoor ze in eerste instantie zijn bestemd. Zo worden gebakspuntjes geserveerd op houten bootjes en cateraars gebruiken kilobakken voor het verpakken van broodjes."

"Tot slot ontdekten we, dat ijs hier mateloos populair is. We hebben diverse verrassende ijsconcepten gespot en de leukste ijsverpakkingen. Ook wijn en koffie doen het goed, terwijl thee en (speciaal)bier hier duidelijk (nog) achterblijven. Wij hebben in ieder geval weer ideeën zat, gelet op materialen, afwerkingen, dessins en innovatieve toepassingen. Deze ideeën delen we graag met klanten, bijvoorbeeld in de vorm van een maatwerk WrappIDup trendsessie."