



EMBARGO tot 26 oktober, 2018, 14.30 uur

Juryrapport BNO Packaging Talent Award 2018

De BNO Packaging Talent Award is een niet-commerciële opdracht voor jonge ontwerpers en ontwerpstudenten. Aan de hand van een briefing uit de praktijk wordt een designoplossing gevraagd voor een verpakking. Doel van de prijsvraag is om jong talent te interesseren voor het vakgebied brand- en packaging design en om opleidingen aan te zetten dit ontwerpspecialisme in hun onderwijsaanbod op te nemen. De award is een initiatief van BNO NEXTpack.

De briefing voor de BNO Packaging Talent Award 2018 is opnieuw geschreven door Albert Heijn. De opdracht: “ontwerp een vernieuwend verpakkingsdesign voor de ecologische wasmiddelenlijn van Albert Heijn, AH PUUR”. Albert Heijn onderschrijft het belang van onderscheidend verpakkingsdesign. Door zich te verbinden aan de BNO Packaging Talent Award hoopt het bedrijf jong talent te enthousiasmeren om voor het vakgebied verpakkingsdesign te kiezen.

De jury van de BNO Packaging Talent Award 2018 werd gevormd door:

- Jeroen Provoost (Manager Design & Visual Identity Albert Heijn)
- Sophie van Felius (Design Specialist Albert Heijn)
- Tahir Idouri (Creative Director Millford)
- Ditte Glebbeek (Design Director, dBOD, VBAT Group)
- Frank Nas (Managing Director Design Bridge Amsterdam), voorzitter BNO NEXTpack en juryvoorzitter
- Rita van Hattum (BNO), secretaris van de jury

Het niveau van de inzendingen was dit jaar verrassend hoog. De jury is ook verheugd over de aandacht die aan de ingezonden ontwerpen is besteed. De jury is unaniem tot de keuze voor zes genomineerde ontwerpen gekomen. Opvallend is dat er veel inzendingen zijn genomineerd van buitenlandse stagiaires en junior designers bij Nederlandse bureaus. Dit lijkt er op te wijzen dat opleidingen in het buitenland meer aandacht besteden aan het specialisme brand- en packaging design.

Bij de beoordeling heeft de jury gekeken naar designoplossingen die aansluiten bij het merk AH PUUR, code doorbrekend zijn, opvallen in het wasmiddelenchap en die tegelijkertijd praktisch en duurzaam zijn.

Uit een selectie van zes nominaties heeft de jury een eerste, een tweede en een derde prijswinnaar gekozen. Eén ontwerp ontvangt een eervolle vermelding. De overige genomineerde inzendingen krijgen bijzondere complimenten van de jury.

Winnaar 1e prijs David Horsler

De jury wordt echt blij van dit ontwerp dat een nieuwe visuele taal spreekt. Het ontwerp doet Scandinavisch aan en de heldere beeldtaal past bij Albert Heijn. De wastrommel met de speelse letters, de waslijn die van de zijkant is doorgetrokken naar de achterkant en de kledingstukken die meer productinformatie geven. Deze verpakking is vernieuwend, maar tegelijkertijd direct geschikt voor het schap. Het kleurgebruik is helder en fris en code doorbrekend tegenover de vaak witte en pastelachtige tinten die standaard zijn in het (eco)wasmiddelenschap. De jury is van mening dat David Horsler met zijn ontwerp de juiste snaar raakt bij een jonge doelgroep. Er is rekening gehouden met duurzaamheid: zowel voor waspoeder als vloeibaar wasmiddel en wasverzachter is gekozen voor een fles van gerecycled plastic die stapelbaar en hervulbaar is.

Winnaar 2e prijs Ellis Sargeant

De tweede prijs gaat naar een iconische verpakking: vanuit esthetisch oogpunt een absolute topper. Ellis Sargeant maakte een ontwerp dat onderscheidend is in eenvoud en kracht. Witte watergolven en grote waterdruppels als beeldtaal op bruinpapieren achtergrond. De jury denkt dat dit ontwerp ook online sterk is en mooi aansluit bij het merk AH-puur. Alle grafische elementen: symbolen, typografie, patronen en kleuren zijn harmonisch op elkaar afgestemd. De lichtgewicht hersluitbare papieren stazak is voorzien van een voering die gemaakt is van afbreekbaar plastic.

Winnaar 3^e prijs Laura Voet

Laura Voet wint de derde prijs met een ontwerp dat een echte sfeermaker is. De glazen flessen zijn gemaakt voor vrolijk hergebruik en ook het linnen zakje om het waspoeder kan opnieuw gebruikt worden voor verschillende doeleinden. Alle details zijn doordacht en mooi uitgewerkt en maken de wasmiddelenlijn tot een lifestyle product. Ook heeft Laura Voet gedacht aan een systeem om de flessen in de winkel opnieuw te vullen en inderdaad: deze verpakking is te mooi om weg te gooien. Wel maakt de jury de kanttekening dat de commerciële haalbaarheid van dit ontwerp voor een grote supermarktketen als Albert Heijn gering is.

Eervolle vermelding

Adrià Tañà Ferrer ontvangt een eervolle vermelding, vanwege de ingenieuze systematiek achter het vulstation dat hij ontwierp. Duurzaamheid staat centraal in zijn ontwerpoplegging en er is erg goed nagedacht over de hele keten: van productie tot transport, aankoop en hergebruik. Het concept bestaat uit een unieke gemarmerde fles van oceanplastic die hervulbaar is bij een vulstation in de winkel. De jury heeft veel lof voor het hele concept, maar vindt het design van de wasmiddelenlijn zelf net niet overtuigend genoeg.

Niet prijswinnend, maar wel genomineerd en noemenswaardig, omdat het bijzondere ontwerpen zijn en complimenten van de jury verdienen:

Britt Rozendaal

Een bijna esoterisch transparant ontwerp, dat goed past bij het door Britt Rozendaal gekozen thema 'puur van binnen en puur van buiten'. Ook de bedrukking van de etiketten, zowel aan de binnen en buitenkant sluit mooi aan bij het idee. Er is goed nagedacht over het hele concept, waarin de natuur en de elementen een prominente rol spelen. Ook is gekeken naar het gebruik van duurzame recyclebare materialen. Toch vindt de jury het ontwerp te weinig krachtig om in het schap de strijd met andere producten aan te kunnen gaan.

Christian Lank

De jury vindt dit minimalistische ontwerp van Christian Lank echt verrassend en code doorbrekend. Het is verfrissend in zijn eenvoud en straalt tegelijkertijd plezier uit. Het als watergolvende woordmerk is prachtig, de heldere kleuren spreken aan en ook het merk AH PUUR komt goed tot zijn recht. Het gebruik van standaard Tetrapack verpakkingen is een vondst, maar roept mede door het felle kleurgebruik ook erg veel associaties op met producten uit het vruchtensapschap.

1e prijs

- David Horsler (Falmouth University, student graphic design)

2e prijs

- Ellis Sargeant (afgestudeerd in 2016, creative advertising, University Gloucestershire).

3e prijs

- Laura Voet (grafisch ontwerp, St. Joost 2016)

Eervolle vermelding

- Adrià Tañà Ferrer (student graphic design ESDAP: Escola Superior de Disseny i d'Arts Plàstiques de Catalunya)

Complimenten van de jury

- Britt Rozendaal (student Ruimtelijke vormgeving, Nimeto)

- Christian Lank (School of visual communication 2018, Danmark).