

návrh pop produktu

k umístění na barové pulty



Ondřej Homolka

Pop produkt pro firmu coca-cola, k umístění na barové pulty nebo jinak výrazné místa v provozovnách. Rozměry základny jsou 20x20cm což usnadňuje umístění a v kombinaci s výškou 40ti centimetrů dělá z produktu také výrazný prvek, který ovšem svým rozměrem neomezuje potřeby provozovatele nebo zákazníka.

ÚVOD:

Vzhledem k rozmanitému vzhledu dnešních provozoven, ať už jde o bary, kavárny nebo restaurace je nutné tvořit pop produkty s co největší obezřetností. Pokud provozovateli dodáte pop, který bude jakýmkoliv způsobem obtěžovat (komplikované sestavení, velké rozměry nebo i estetické řešení) lze předpokládat, že tento produkt neumístí zcela správně nebo ho po krátkém čase přestane využívat úplně. To je samozřejmě velký problém a zároveň jedno z kritérií, které začalo profilovat můj pop.

MYŠLENKA:

Mým cílem bylo splnit všechny podmínky zadání a zároveň vytvořit produkt, který přitáhne pozornost bez toho, aby narušoval ráz interiéru. Z této mojí podmínky vzniknul koncept, který jsem nazval „black box“, tedy černá skříňka nebo krabička. Jde v podstatě o to, že černé kvádry (nejlépe v matném designu) nenaruší interiér, ale mohou tvořit zajímavý prvek. Reklama jako taková by se poté odehrávala uvnitř, v „interiéru“ kvádrů. Umístění reklamy mimo běžné a automaticky vnímané zorné pole samozřejmě přináší několik nevýhod, na druhou stranu ovšem podněcuje zvědavost.

VÝSLEDEK:

Výsledek musel doznat několika kompromisů, například je v každém případě nutné umístit logo a základní údaje na vrchní a nejlépe viditelnou stranu. Ovšem ta i přesto zůstala maximálně strohá, matná, s využitím lesklého nátisku loga. Průhled dovnitř zajišťují tři otvory v ikonickém tvaru lahve coca-coly, každý symbolizující jeden produkt (coca-cola, coca-cola light a coca-cola zero). Uvnitř je v kontrastu s vnější stranou jasná, červená barevnost doplněná grafikou, kterou můžeme znát ze současných reklam na coca-colu. Pro zvýraznění prostoru je grafika uvnitř řešena ve dvou vrstvách, s tím že první vrstva je částečně průhledná. V mém případě využití na bar by šlo v případě obou vrstev o tisk na průsvitné fólie a za ně umístěný zdroj světla.

Velké, osvětlené provedení na bar, které je zde vyobrazeno by nebyl problém doplnit i stolními variantami, pouze menšími, s jednodušším řešením vnitřní části.



hlavní, vnější prvek
matná černá se třemi průřezy podle jednotlivých produktů, na zadní a horní straně je pouze šedé logo, vnitřní strana provedena v lesklé červené aby korespondovala s vnitřními prvky
vnější rozměr: 200x200x400mm



zadní vnitřní prvek
grafika natištěná na průhledné lesklé fólii, je základním vnitřním prvkem
rozměr 250x380

přední vnitřní prvek
grafika natištěná na průhledné fólii, slouží k dotvoření dojmu ze zadního prvku
rozměr 200x380mm

plastová základna,
její váha zajišťuje stabilitu v zadní části jsou dva půlkruhové zářezy na zasunutí vnitřních prvků, mezi nimi osvětlení, vnější rozměr 200x200mm