

CLAESSENS

Claessens Product Consultants is een internationaal merkadviesbureau gespecialiseerd in het ontwikkelen van merken en verpakkingen. De focus van het bureau ligt op alcoholische en non-alcoholische dranken en tabaksproducten. Projecten variëren van evolutionaire redesigns tot new brand development, waarbij zowel grafische presentaties worden gecreëerd als nieuwe of aangepaste 3D-vormgeving.



Product: Royalty Vodka

Opdrachtgever: Distilleerderij Hooghoudt.

Doelstelling/briefing:

Herpositionering. Royalty Vodka is in 1993 geïntroduceerd in een blauwe fles. Het huidige assortiment bestaat uit Royalty-vodka en drie smaakvarianten. In de loop van de jaren is de premium uitstraling van Royalty wat verloren gegaan. Het redesign van zowel fles als branding had tot doel het merk weer duidelijk premium en eigentijds te maken. Bovendien moest de presentatie meer 'vodka' communiceren en een meer

moderne uitstraling krijgen.

Daarnaast heeft de ergonomie van de fles bijzondere aandacht gekregen.

Motivatie:

Door de afgenomen diameter pakt de fles beter vast. Daarbij zorgt de nekring voor een sterk verbeterde grip. Het merk wordt nu ervaren als eigentijds. De smallere, hogere fles oogt vitaler en sluit beter aan op de doelgroep.

Technische omschrijving/druktechnieken:

Voor Royalty vodka is transparant blauw glas gebruikt. De smaakvarianten zijn gekleurde vloeistoffen in flessen met een frosted effect. De flessen dragen een embossing van het wapen van Hooghoudt en zijn voorzien van branding op basis van no label look met gebruik van hot foil.

Product: Crystal Clear

Opdrachtgever: Vrumona.

Doelstelling/briefing:

Crystal Clear is een light frisdrank op basis van bronwater.

Doel van het project was het ontwikkelen van een aansprekende 0,5 PET-fles, die past in de actieve levensstijl van de doelgroep: vooral vrouwen in de groep 26-40 jaar. De fles moest impact genereren, goed in de hand liggen en gemakkelijk zijn mee te nemen. Ook moest hij zowel de koolzuurvrije als de koolzuurhoudende

variant verpakken, wat bijzondere eisen stelde aan de vormgeving. De nieuwe fysieke verpakking impliceerde bovendien een aanpassing van het labeldesign.

Motivatie keuze:

De fles en het labeldesign passen binnen de vrouwelijke doelgroep. De fles heeft een organische vormgeving, vloeiende lijnen en is transparant. Het label benadrukt deze productkarakteristieken, terwijl het tegelijkertijd de merkwaarden communiceert.



Technische omschrijving/druktechnieken:

Enmalige 0,5L PET fles in twee varianten: transparant voor de koolzuurhoudende smaakvarianten en lichtblauw gekleurd voor koolzuurvrij. De flessen zijn voorzien van offset bedrukte, papieren labels. Het design is vertaald naar een 1L tetrapak.



Product: 2Fruity

Opdrachtgever: Distilleerderij Hooghoudt.

Doelstelling/briefing:

Claessens Product Consultants kreeg de opdracht een merkpresentatie – flesvorm en branding – te ontwikkelen voor 2Fruity van Hooghoudt. Dit nieuwe product is een alcoholische fruitdrank met echt vruchtensap in diverse smaakvarianten.

Motivatie:

Het concept richt zich op jonge vrouwen die

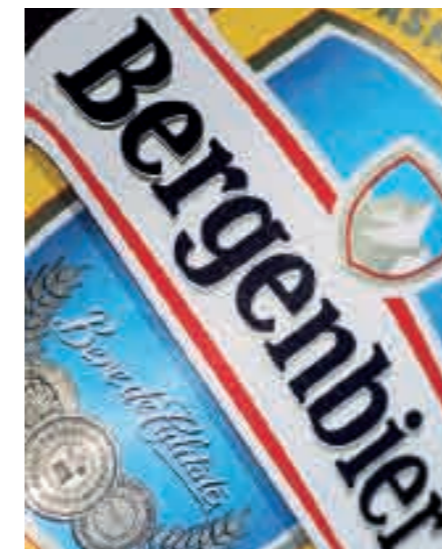
gezellig thuis zichzelf of hun vrienden willen verwennen. 2Fruity is geïntroduceerd in de supermarkt. Door de merknaam en tweedeling in het grafische design, beiden geïnspireerd op de productsamenstelling van twee soorten fruit met alcohol, is het concept direct goed begrepen en geaccepteerd door de consument. De uitstraling van de fles appelleert aan het sociale karakter van de drank.

Technische omschrijving/druktechnieken:

Het product wordt verpakt in een glazen fles van 0,7 liter die in vormgeving aansluit bij het vrouwelijke karakter van het concept. De branding is aangebracht op een sleeve, die de flesvorm benadrukt en de presentatie een moderne uitstraling geeft.

Product: Bergenbier

Opdrachtgever: Interbrew Romania.



Doelstelling/briefing:

Herpositionering. Bergenbier is marktleider in de Roemeense biermarkt en het belangrijkste merk van Interbrew Romania. In 2005 is een redesign van fles en label – beide ontwikkeld door Claessens Product Consultants – geïntroduceerd dat goed is ontvangen en de daling van het merk in de markt heeft weten te keren. Eind 2005 heeft Interbrew besloten de positionering van Bergenbier aan te scherpen met als doel 'hét biermerk' van Roemenië te worden. Om deze positionering duidelijk te communiceren was een nieuwe merkpresentatie nodig. Deze presentatie moest de aantrekkelijkheid van het merk vergroten door het uitstralen van

kwaliteit, vertrouwen en een modern gevoel.

Motivatie:

Het gouden neklabele creëert een meer prestigieuze uitstraling. De aangepaste hoofdvorm maakt het merk meer vitaal en origineel. En het icoon van de bergen communiceert de bij bier behorende kwaliteiten als zuiver en verfrissend.

Technische omschrijving/druktechnieken:

De 0,5 liter glazen fles is voorzien van een buiklabel. Dit etiket is gedrukt op gemetaliseerd papier. Rondom de nek is folie aangebracht.