

Kuća meda – idejno rješenje vizuelnog identiteta, logotip, etiketa i ambalaža

Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja u avgustu prošle godine pozvalo je putem javnog konkursa zainteresovane agencije, dizajnere, pojedince ili grupe autora, da dostave ponudu za izradu idejnog rješenja vizuelnog identiteta za projekat "Kuća meda", koje uključuje: logotip, etiketu i ambalažu.

Cilj je da projekat "Kuća meda", čiji je objekat svečano otvoren 12.jula 2015. godine, dobije jedinstven vizuelni identitet i doprinese prepoznatljivosti crnogorskog meda. Crnogorski med, kao visokokvalitetni proizvod, zaslužuje jedinstvenu, prepoznatljivu ambalažu i dobro dizajniran vizuelni identitet koji će proizvodu obezbijediti dodatnu vrijednost i neophodnu prepoznatljivost. Ambalaža treba da bude posebna i prepoznatljiva, kako bi u budućnosti, uz primjereni marketing, kod svakog pojedinaca mogla biti asocijacija na Crnu Goru i kvalitetan med. Kupovinom meda, uz pomoć jedinstvenog pakovanja, kupac će znati da je kupio proizvod visokog kvaliteta koji određuje Pravilnik o medu. Za potrebe prodaje, ambalaža mora da bude opremljena etiketom i zaštitnom naljepnicom.

Prvorangirano rješenje na Javnom konkursu za izradu idejnog i dizajnerskog rješenja vizuelnog identiteta projekta Kuća meda dao je autorski tim Univerziteta Donja Gorica, koji čine Žarko Stojanović i prof. dr Nenad Vujadinović. Profesionalci integrisanih marketinških komunikacija, s bogatim internacionalnim portfoliom osmislili su komunikacioni i kreativni koncept idejnog rješenja.



Rješenje generalno počiva na principima personifikacije i simbolizacije. Naime, snažne konotacije koje izaziva *med* kao generički proizvod (snaga, dugovječnost, upućenost na prirodu, tradicija, neograničeno trajanje...), neodoljivo podsjećaju na opteprihvaćenu antropološku percepciju Crnogorki i Crnogoraca kao kršnih gorštaka, snažnih i nepokornih, visokih i vitkih, te – kako se u zapadnoevropskim i orijentalnim izvorima minulih vremena često navodi – „gizdavo obučenih“ u odjeću „od skerleta i kadife, nakrivljenih kapa“. Rješenje za ambalažu proizvoda *Crnogorski med* upravo ima za cilj da personifikuje ove antropološke i folkorne karakteristike s posebnim akcentom na ono što najupečatljivije ostaje u svijesti svakog posmatrača, kad je riječ o crnogorskoj nošnji: na crnogorsku kapu – kao sublimaciju tradicionalnog dizajna, simbol identiteta i svojevrsan simbolički „krov“, kojim se štite i pojedinac i kolektiv, i lično i zajedničko – te na vitkost i eleganciju.



Kapa, vitkost i elegancija – ključne su riječi kojima se može opisati ovaj predlog rješenja za dizajn proizvoda. Dominantne boje, su, naravno: crvena, zlatna i crna. A iz ovako zadatih kreativnih koordinata detaljno su izvedeni i svi ostali ključni elementi: znak i logotip *Kuće meda*, etiketa proizvoda i logo *Crnogorskog meda*, te dizajn cjelovite ambalaže kao najvažniji dio vizuelnog identiteta Projekta. Ambalaža je vizuelno upečatljiva, biće prepoznatljiva i privlačna na polici; ali je istovremeno i praktična i jednostavna u smislu osnovne upotrebne vrijednosti, te laka za skladištenje i transport i pogodna za razne srodne upotrebne varijacije.



Crnogorke i Crnogorci oduvijek njegovali kult prema lijepom. Oduvijek su poštovali svoje tradicionalne vrijednosti, poštuju ih i danas, ali su zadržali i prefinjeni ukus za moderno i elegantno, zbog čega je u dizajnu izbjegnuta svaka vrsta nagomilavanja, na tržištu danas toliko često prisutnih, ponekad i suvišnih, ruralnih motiva (kao što su tekstilni ili papirni prekrivači poklopca uvezani kanapom i sl.). Autori smatraju upravo ovakvo dizajnersko i konceptualno rješenje za promociju ovog upečatljivog crnogorskog proizvoda predstavlja i pravi odraz crnogorskog mentaliteta.

