

RECONCEPTUALIZAREA ETICHETELOR PENTRU BERE ALE PRODUCĂTORULUI „COGÎLNIC” SRL

Ecaterina ARNAUT

Departamentul Design și Tehnologii în Textile și Poligrafie, grupa DTP-181, Facultatea Textile și Poligrafie, Universitatea Tehnică a Moldovei, or. Chișinău, Republica Moldova

*Autorul corespondent: Ecaterina Arnaut, e-mail: ecaterina.arnaut@ntp.utm.md

Rezumat. Articolul prezintă o analiză a evoluției etichetelor pentru bere specifice producătorului „Cogîlnic” SRL. Astfel, sunt prezentate etichetele din momentul fondării întreprinderii până în prezent, fiind reliefate aspecte privind stilul, gama cromatică, compoziția și forma geometrică a etichetelor. Scopul urmărit a fost stabilirea particularităților individuale ale etichetelor din cadrul întreprinderii analizate, în vederea elaborării unor noi concepte și strategii de comunicare vizuală a etichetelor pentru bere. Prin urmare, noul design elaborat și propus spre implementare se caracterizează prin abordarea stilului tipografic și autentic care contribuie la evidențierea produsului promovat în rândul gamei de produse existente pe piața din Republica Moldova.

Cuvinte cheie: etichetă, design, stil, compoziție, tipografie.

Introducere

În anul 1971, în orașul Cimișlia, a fost fondată o fabrică producătoare de bere, care ulterior în anul 1997 aceasta a fost constituită ca întreprinderea SRL „Cogîlnic” FPC. Aceasta de circa 50 de ani aprovizionează cu băuturi răcoritoare carbogazificate și băuturi alcoolice, precum berea, multe localități din Moldova. În scopul de a rămâne în evidența consumatorilor și a găsi noi potențiali clienți, multe mărci comerciale au trecut prin procesul de rebranding, pentru a cuceri noi cerințe estetice și funcționale ale consumatorilor, excepție nu rămâne nici întreprinderea în cauză. Această lucrare se concentrează pe analiza evoluției etichetelor de bere din cadrul întreprinderii vizată în studiu, precum și realizarea unor concepte noi ale acestor etichete. Acesta analiză fiind necesară în vederea diversificării estetice a etichetelor pentru bere ale unui brand existent de pe piața din Republica Moldova prin intermediul elementelor originale și a unor particularități stilistice deosebite pentru această gamă de produse.

1. Analiza evoluției etichetelor pentru bere ale producătorului autohton SRL „Cogîlnic”

Spre analiză se propun etichetele pentru producția de bere existente din momentul fondării întreprinderii „Cogîlnic” SRL. Așadar, primele produse erau etichetate prin intermediul colleretelor pentru bere ale întreprinderii și acestea datează cu perioada anului 1971 (Fig. 1). Din analiză se identifică o largă diversitate de elemente decorative (spic de grâu, frunze, corabie), culori (preponderent albastru, dar și galben, roșu, alb, negru) și compoziții.



Figura 1. Collerete pentru sticle de bere utilizate în cadrul fabricii din Cimișlia, anii 1971-1997

În anii 1971-1997, forma de etichetare a sticlelor prevedea utilizarea collerettelor amplasate pe gâtul sticlei. În urma analizei efectuate, un aspect comun pentru toate collerettele întreprinderii era forma collerettei și prezența logotipului. Sigla întreprinderii consta dintr-un romb, în centrul căruia se încorporează litera „C” - inițiala denumirii întreprinderii. Informația de pe collerette conține date cu privire la: denumirea produsului, soiul de bere, volumul, prețul, denumirea și sediul uzinei producătoare, țara de origine. Din punct de vedere estetic, sunt utilizate combinații între două culori, forme geometrice simple (oval, dreptunghi), elementele textuale ce definesc titlul fiind supradimensionate. În perioada anilor 1997-2005, întreprinderea „Cogîlnic” SRL cunoaște noi schimbări privind etichetarea berii, începând cu această perioadă apar etichetele propriu-zise, acestea sunt prezentate în Fig. 2.



Figura 2. Etichete pentru bere utilizate în cadrul întreprinderii „Cogîlnic” SRL, anii 1997-2005

În perioada 1997-2005 se introduc schimbări radicale în ambalarea producției de bere din cadrul întreprinderii „Cogîlnic” SRL. În locul collerettelor se implementează etichetele de diverse forme și dimensiuni. În cadrul etichetelor date, apare logo oficial al întreprinderii, inițiala căruia este realizată într-un stil gotic [1], amplasat pe un scut de culoare roșie, în vârful acestui scut sunt reprezentate ilustrațiile: hamei și orz – ingredientele cheie ale unei beri și în același timp simboluri. Acest stil de siglă des sugerează proveniența, ce evocă garanție și autenticitate. Mai târziu apare o nouă reprezentare a etichetei pentru berea „Grand Gold”, aceasta se caracterizează printr-o formă dreptunghiulară mai alungită - datorită majorării volumului sticlei. Pe lângă acestea eticheta capătă o nouă gamă cromatică mai întunecată. În perioada anilor 2005-2010, se pun în fabricație noi etichete, reprezentate în Fig. 3.



Figura 3. Etichete pentru bere utilizate în cadrul întreprinderii „Cogîlnic” SRL, anii 2005-2015

În perioada 2005-2015 este aprobată și implementată forma finală a etichetelor, cea dreptunghiulară. Totodată, se obține o nouă versiune a siglei, în cadrul căreia apare logotipul din anul 1997, integrat de doi lei, susținut de o coroană regală. Stilul dat de siglă simbolizând autoritatea. Etichetele din anul 2015 presupun o compoziție constituită dintr-o emblemă în centrul căreia este reprezentat un scut cu aripi, aripile se pot observa și la unul dintre lei din siglă. Pe o dantelă de culoare

verde este scrisă denumirea berii cu font „Algerian”. Textul auxiliar este structurat proporțional în raport cu forma etichetei, iar spațiul liber evidențiază emblema. Mai târziu, în perioada 2020-2022, întreprinderea a suplinit sortimentul de producție cu două tipuri de bere nouă: Pilsner și Viking, etichetele acestora sunt prezentate în Fig. 4.



Figura 4. Etichete pentru bere utilizate în cadrul întreprinderii „Cogilnic” SRL, anii 2020-2022

Eticheta „Viking” reflectă în mod direct asocierile cu personajul Viking. Este o bere brună, de aceea s-a recurs la o gamă cromatică întunecată. Eticheta „Pilsner” este concepută în gamă cromatică albastră cu elemente aurii. În centrul compoziției se pune accent pe denumirea berii, aceasta este caracterizată prin caractere majuscule cu serife. Fondalul etichetei reprezintă ilustrații de hamei cu efect blurat cu opacitate joasă. Ambele etichete sunt caracterizate printr-un stil mai conservator dar în același timp modern reieșind din tendințele de design ale anului 2020 [2].

2. Rezultate și interpretări privind realizarea unor noi concepte estetice destinate etichetelor pentru bere produsă de „Cogilnic” SRL

În rezultatul analizei efectuate privind evoluția abordărilor estetice și constructive ale etichetelor pentru bere din cadrul întreprinderii „Cogilnic” SRL au fost propuse contribuții noi pentru conceptul estetic al unei serii de etichete (Fig. 5).



Figura 5. Contribuții estetice privind etichetele pentru producția de bere ale întreprinderii „Cogilnic” SRL

Luând în considerație tendințele în design-ul etichetelor de bere, se propune introducerea stilului tipografic și autentic, pentru a accentua proveniența fabricii producătoare, iar în același timp de a atribui etichetei noi conotații de stil noi și originale [2]. În vederea evidențierii originii geografice a producătorului s-a recurs la reprezentarea grafică a hărții orașului Cimișlia. În acest context harta stilizată care a fost implicată în designul etichetelor pentru bere este prezentată în Fig. 6.

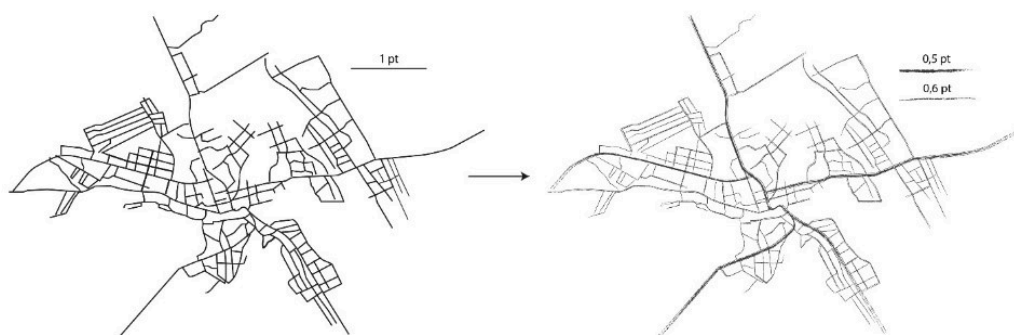


Figura 6. Realizarea conceptului de hartă stilizată pentru etichete

Pentru obținerea unei compoziții armonioase în care sunt implicate atât elemente tipografice, grafice cât și culoarea, s-a recurs la utilizarea unor accente, dar și structurarea compozițională în planuri. Astfel, elementul central este constituit din fonturi stilizate manual, care semnifică amărăciunea berii conform unităților IBU [3]. Planul doi fiind specific denumirii berii unde s-au utilizat fonturi fără serife [1], iar planul trei prezintă tipul berii evidențiat prin fonturi italice. În acest sens, consumatorul percepe ierarhizat informația (Fig. 7).



Figura 7. Ierarhizarea informației etichetei „Grand Gold”

În vederea unei percepții ușoare și rapide privind alegerea berii de către consumatori, culorile etichetelor au fost atribuite asociativ cu tipul berii, prin urmare s-a obținut gama cromatică: galben, albastru și roșu (Fig. 5).

Concluzii

Evoluția etichetării berii din cadrul întreprinderii „Cogilnic” SRL a cunoscut o diversitate de abordări, forme și stiluri în design-ul etichetelor. În urma analizelor efectuate, s-au determinat valorile individuale ale întreprinderii ce ar trebui prezentate consumatorilor prin intermediul identității vizuale a etichetelor. Astfel a fost realizată o nouă serie de etichete pentru bere, a cărei concept estetic a îmbinat caracteristicile forte ale diverselor stiluri care combină valorile întreprinderii și tendințe actuale în design. În acest sens, se remarcă îmbinarea elementelor specifice stilului tipografic și autentic, utilizarea culorilor ca element distinctiv pentru fiecare tip de bere, implicarea unei hărți stilizate ca centru de atracție vizuală dar și purtător al conotațiilor istorice, geografice și tradiționale. Prin urmare noile etichete pot atrage noi consumatori – care ar contribui la creșterea profitului companiei în cauză.

Mulțumiri. Autorul aduce mulțumiri conducerii întreprinderii „Cogîlnic” SRL pentru oferirea materialului ilustrativ și pentru oportunitatea de a contribui personal în elaborarea unui nou concept estetic destinat etichetelor pentru bere specifice acestui producător.

De asemenea, autorul adresează mulțumiri coordonatorului articolului dat, lect. univ. Adascalîța Lucia pentru inițiativă și ghidare privind cercetarea temei abordate în lucrarea prezentată.

Referințe

1. Bârsan L. *Design și Tipografie*. Brașov: editura Universității „Transilvania”, 2002.
2. Top 10 tendințe de design grafic de urmărit în 2020 [online]. Publicat: 2021-06-30 [accesat 21.02.2022]. Disponibil: <https://www.affde.com/ro/top-10-graphic-design-trends-to-watch-for.html>
3. Amărăciune de bere IBU [online]. Publicat: 2019-06-19 [accesat 21.02.2022]. Disponibil: <https://ro.drink-drink.ru/mezhdunarodnaya-edenitsa-gorichi-ibu-v-pive/>