



Trendpresentaties

Loe Limpens begon, na een carrière bij Albert Heijn, 10 jaar geleden met twee partners designbureau Yellow Dress Retail. Omdat hij van mening is dat je zonder kennis van trends geen relevant verpakkingsdesign kunt maken, geeft hij in house trendpresentaties geïnspireerd door trendanalist Christine Boland. 'Ze zijn een doorvertaling: wat betekenen die trends voor de retail, de verpakking, de winkel, communicatie? Toen ik nog aan de klantzijde werkte had ik een hekel aan bureau-presentaties. Dus doen wij dat nu liever op deze manier.'



meer merkartikelfabrikanten.'

Volgens hem gaat de wereld van verpakkingsdesign de komende tijd enorm veranderen. 'Dat heeft te maken met de onlinewereld. Online heeft een ontwerper veel meer vrijheid om een virtuele versie van de fysieke verpakking te laten zien. Uit onderzoek blijkt dat de hersenen geen problemen hebben om het verschil tussen de fysieke en virtuele verpakking te accepteren als één merk/product. Dit betekent dat we eerder in het ontwerpproces kijken naar wat er digitaal nodig is en de fysieke verpakking daar een soort afgeleide van wordt.'



Merkloyaliteit neemt af

Het boek van Koen de Jong is een standaardwerk voor de hele private labelsector en het hoofdstuk van Loe Limpens is een must-read voor iedereen die interesse heeft in verpakkingsdesign. 'De spectaculaire groei van discount retailers heeft een onomkeerbare disruptie in de markt veroorzaakt', schrijft De Jong. De markt ontwikkelt zich razendsnel en eigen merken groeien dankzij een afname van merkloyaliteit bij consumenten, de groei van discounters en een jonge generatie die value for money als focus heeft. ▶