

차별화된 이미지의 GOOD DESIGN 개발

우리 농수산물 디자인 발전에 힘쓸 계획

우리 앞에 똑같은 맛의 제과류가 있다고 가정해 보자.

이런 경우 여러분의 선택기준은 무엇이 될까?

아마도 그 제품회사의 공신력이나 제품포장의 디자인 정도가 아닐까 싶다. 이중 제품의 포장이 얼마만큼 눈에 띄고 제품의 특성을 잘 나타내는 산뜻한 디자인을 담고 있는가는 짧은 시간에 제품을 선택해야 할 경우 더욱 크게 작용할 수 있을 것이다.

제품의 매출 및 기업의 이미지 창출과 직접적인 관련을 가지고 있는 포장 디자인은 그 중요성과 필요성에 비해 보편화되어 있지 못하며 업계 또한 이러한 인식에 채 미치지 못하고 있는 것이 사실이다. 이처럼 열악한 상황 속에서도 우수한 전문 인력들이 한데 모여 젊고 활기있는 포장 디자인을 생산해 내는 곳이 바로 Design Touch사이다.

Design Touch는 국내 일반 기업 및 중소기업의 각종 패키지 디자인 및 CI·BI를 전문으로

실용적이고 창조적인 제품 생산에 새로운 가능성을 제시하고 있으며 풍부한 경험과 실적을 보유한 전문인만으로 구성된 우수한 노하우를 축적하고 있는 국내의 유력한 패키지 디자인 전문회사이다. 특히 한국식품개발연구원의 객원 연구원으로 위촉되어 디자인 연구팀이 2년에 걸쳐 70여개의 전통식품 및 산지가공업체의 디자인을 지원하기도 한 실력있는 업체이다.

Design Touch의 정진영 대표는 해태에서 근무했던 7년간의 노하우를 가지고 92년도에 설립한 이 회사를 통해 큰 기업 속에서 디자이너들의 독창성이 개발되지 못하는 한계와 우리 농산물 디자인의 낙후성에 대한 문제의식을 발전적으로 창출해 가고 있다.

패키지 디자인은 기업과 상품을 소비자에게 연결시켜 주는 중요한 커뮤니케이션 수단으로서 매출은 물론 기업 이미지의 형성에 커다란 영향을 미치게 된다. 이러한 중요성을 잘 알고 있는 Design Touch는 철저한 시장 분석을 통해 소비자의 요구를 정확히 파악하여 제품디자인을 개발하고 비용을 절감하는 한편 우수한 시각 디자인의 제작에 힘쓰고 있다.

또한 CI는 기업의 주체성과 목표를 시각화시켜 전략적이며 효과적인 이미지 형상을 선도하므로 먼저 기업의 실체와 이미지 그리고 마케팅 목표에 따라 철저한 자료분석을 통하여 체계적인 과정에 따라 PROJECT를 처리하고 있다.

패키지와 CI를 중심으로 하는 Design Touch의 기업운영 방침은 “클라이언트를 사랑합니다”라는 말로 압축될 수 있을 것이다.

패키지 디자인에서 무엇보다도 중요한 것은 클라이언트들의 의도를 빠르게 간파해 그 제품의



▲ Design Touch를 이끌어가는 젊고 우수한 디자이너들(아래 우측이 정진영 사장)

특성과 그 기업의 이미지를 소비자들에게 강하게 심어줄 수 있는 것이라 하겠다. 이를 위해 Design Touch의 구성원들은 크리덴셜 프리젠테이션시에 기존의 프로젝트를 가지고 성실하게 설명하고 그들과의 친근감을 최대화하여 그 제품의 특성과 클라이언트들의 경영방침을 함께 반영할 수 있는 디자인을 개발해 내고 있다.

PACKS THAT PUNCH!!!

포장 디자인을 하면서 중점을 두는 부분에 대해 정진영 사장은 “지금까지는 테크닉만으로 만들어진 시각적으로 우수한 디자인들이 소비자를 유혹해 온 것”이 사실이었음을 지적하면서 “Design Touch는 비용의 절감과 우수한 시각 디자인의 제작을 위해 먼저 소비자의 구매관습과 지역의 특성, 시장에서의 성패를 고려한 효과를 파악한 후 아이디어가 담긴 포장 디자인으로 소비자들의 구매욕구를 자극하고 메시지를 전달할 수 있는 상품개발에 노력하고 있다”고 말했다.

최근에 진행하고 있는 제품은 해태상사(주)의 수산물 브랜드와 그 브랜드 상품인 냉동새우의 패키지 디자인으로 수산물 브랜드는 수산물의 이미지를 최대한 살리기 위해 글자체에 해가 떠오르는 바다의 이미지를 담았고 이 브랜드의 냉동새우 제품은 싱싱함을 최대화하기 위해 새우를 담은 용기의 라인을 붉은색으로 처리하여 생새우의 신선함을 강조해 보는 이들로 하여금 그 싱싱함을 느낄 수 있도록 디자인 하였다.

설립 당시부터 추구해온 농·수산물 디자인 분야에서 선진적인 위치를 점하고 있는 Design Touch는 각종 대회에서 이 분야의 상을 휩쓸고 있는데 94년 농수산물 포장 디자인 부문에서는 만나식품의 초창 선물세트 포장 디자인으로 국무총리상을 수상했고, 95년 하청농업협동조합의 죽순제품 디자인으로 디자인 부문 금상을 수상하는 등 타의 추종을 불허하고 있다.

포장 디자인계의 문제점에 대해 “단가가 책정되어 있지 않아 많은 어려움이 있다”고 토로한 정진영 대표는 “저희 Design Touch는 과학적인 데



◀ 최근 개발한 해태상사(주)의 냉동새우제품의 포장 디자인



◀ 해태상사(주)의 수산물 브랜드 마크-A안이 최종 채택이었다.

이터와 자료를 바탕으로 클라이언트가 정확하고 신속하게 정책을 결정할 수 있도록 방향을 제시하는 새로운 전략과 방법론을 추구하며, 21세기를 대비한 포장 디자인의 선진화에 앞장설 것입니다”라고 자신감 있는 포부를 밝혔다.

젊고 우수한 전문 인력들로 구성되어 있음에 자부하는 Design Touch는 끊임없는 자기 개발을 위해 디자이너들에 대한 교육을 실시하고 있는데, 산업디자인포장개발원의 교육 프로그램에 매년 참여하는 것과 방송국에서 보급하는 Video Tape을 시청하면서 토론하는 형식으로 신입디자이너들의 교육을 진행하고 있다.

클라이언트를 만남에 있어 무엇보다 중요한 ‘실력’을 배양하기 위한 노력을 쉬지않는 것이다.

이처럼 의식이 깨어있고 선진적인 젊은 전문인력들이 스스로 자기 영역을 확대해 가며 그 영역에서 최고의 자리에 서기 위해 패기있게 정진하는 모습과 우리 농·수산물 포장 디자인의 낙후성에 대한 문제의식을 가지고 끊임없이 새롭고 보다 대중적인 디자인을 개발하려는 그들의 진지한 눈빛에서 아직은 관심도 적고 미비한 부분이 많지만 점진적으로 발전해 가는 포장 디자인 업계의 모습을 그려볼 수 있었다. [K]

윤지은 기자