

# Egy ismerős arc

## A DRUPA, AHOGY LÁTTUK ÉS AHOGY MUTATTA MAGÁT

Maczó Péter

**Az arculat kép is, imázs is – ahogy a cég magát mások előtt megmutatja. Nyilván filozófia és vastagon (mint a make up) marketing.**

Düsseldorf meg a drupa nem pont ugyanaz. Mindenki tudja, aki ott járt, hogy a város ilyenkor mégis alkalmi ruhába öltözik: drupa-színek, -zászlók és -plakátok mindenfelé. Mert az események nem korlátozódnak a vásárvárosra. Amely önmaga is külön karakter.

A város ismert történetének állít emléket a „düsseldorf”-i cigánykereknek hányó parasztfiú – sematikus X-et formázó – figurája, amely a kölniek feletti győzelemre, a város függetlenségének megtartására emlékeztet (anno 1288). De ez ma már jobbra turistáknak szánt hűtőmagnes, és a vásárvárost jelző pixeles m betű emblémája inkább utal Düsseldorfra.

A Messe Düsseldorf kéthetes rendezvénye csak ötévente látható, és sok tekintetben világpremier: a grafikai kivitelezés egésze a klasszikus technoló-



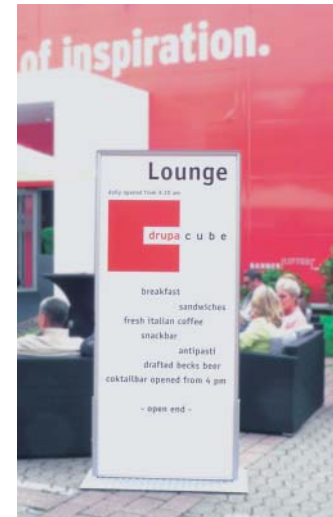
giától a digitális printig több félszáz ország kiállítóit vonzza, és vonzza azt a több mint félmillió nézőt, aki idelátogat.

A drupa (csupa kis betűvel) saját jelet használ és a tipográfia is, egy profi arculat szerint, előre megkomponált.

Ami szinte természetes, a vörös szín használata. Ezek az ol-

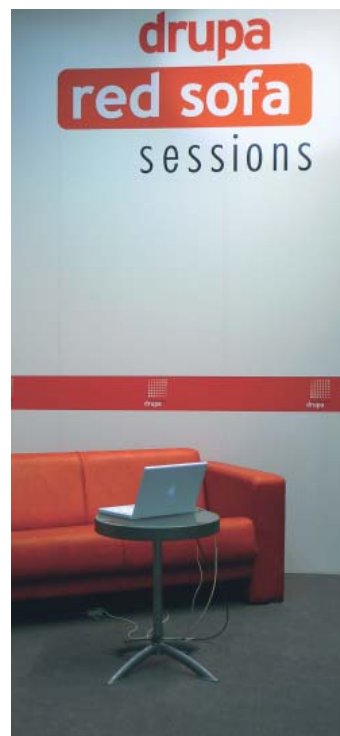


Egy időszakos rendezvény helyszíni adottságait, épített környezetét is figyelembe kell vennie a tervezőnek. Számos információs elemével a várható látogatói mozgást segíti. A kiállítói térben való gyors eligazodást színekódok könnyítik meg.



dalak nem a kommunista megszállás emléklapjai, bárha sokaknak a szín ma már (vagy még) csak politikai harcálláspontot jelöl...

A racionalizált látvány legfontosabb eleme az a színkódrendszer, amely az egyes szakágak épületek közötti tagozódását is jól jelzi, és a technológiai kapcsolódásokat a kiállítás



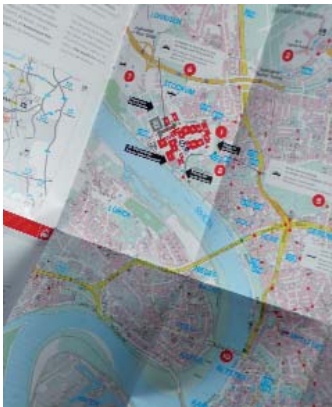
egészében logikusan, áttekinthető módon képezi le.

A drupa arculata tehát mindenhol jelen van. A városba érkezéskor, a repülőtér és körben az egész régióban.

Ahhoz, hogy valahol jelen lehessünk, oda kell találnunk. Az európai autópályákon ez szinte gond nélkül megoldható, ám az ördög a részletekben rejlik. És nem minden a gps. A város kialakulása évszázados fejlődés eredménye, és ha túl is jutunk a



A drupa színe vörös, logójában és felirataiban használt betűtípusa az Interstate, míg a Messe Düsseldorf narancssárga négyzetekből mozaikosan épülő kurrens m jeléhez az Officina betűtípust társította. Ez a két vivőszín látható az információs rendszer útbaigazító feliratain, de ami különösen figyelmet érdemel, azok a csekélységek, amelyekkel ez az arculat igazán sikeressé válik: a látogatót fogadó hoszteszek, a sok színvonalas nyomtatvány, a shuttle busz-megálló feliratozása, a térképpel kombinált szemétygyűjtők, a külön internet és a rendezvényekhez, előadásokhoz kialakított drupás környezet. Nemcsak a tájékoztatás rendszere, de a hangulat is fontos, amely a résztvevőket stimulálja.



A térképek szinte Európától, Németországon át, majd a régió és a város után a repülőtér kapcsolati rendszerén keresztül végül a vásár pavilonjaiig vezet. Majdnem minden kiadványban megtalálhatók angol és német feliratozással.

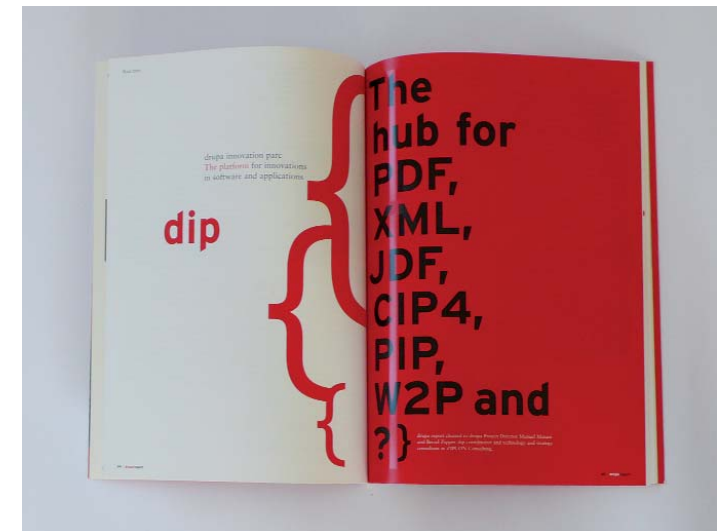


belváros (mára már környezetvédelmileg is óvott és tiltott) területén, a vásár körüli irtatlan parkolóterületen percek alatt elvesznénk.

De minden előre kitáblázott. A folyamatos buszjáratok és a megállóban álló információs stewardok rögzest kezünkbe nyomják a kis leporellót, merre mit találunk. A drupa arculatának ha nem is a legfontosabb, ám mindenképpen a legátgondoltabb elemei a tájékoztató rendszer kódjai.

Kis léptékű földrajzi ihlettségű ábráktól jutunk el az információs rendszer markáns tájékoztató térképéig, amely koncentrált időben és bonyolult térben segíti a részletekben is igen gazdag kínálatban nehezen eligazodó látogatókat.

Mert a drupa kiállítói mind részei az eseménynek! A Heidelberg (nyomasztóan profi) külön bemutatója kicsit német szabadalom, na de itt vannak mind a többiek. Egy világhiállítás üzleti ügy. Látni és láttatni egyszerre: partnereket fogadni és partnerré válni. Ennek befogadására a rendezők a két hét



A drupa exkluzív kiadványa igazi kihívás. Oldalpárról oldalpárra komponált információs füzetek tele technikai újdonságokkal. A kötet egész tartalmához sajátosan új, erőteljes tipográfiai látvány társul. A szuggesztív vörös mellett a formálakk szinte külön szintet ad. Képi anyagai a TDC sikeres európai bemutatkozásáról szólnak.



minden napjára szakmai programokat kínáltak.

A helyszín drága (a standok díjazása nem része sem a látványnak sem e cikknek) és az idő is az. Ezért a látogatóknak legjobb előre felkészülnie: mit szeretne látni és mit szeretne hallani.

A programokat nem csak a speciális drupa-kiadványok, de az internet is közli. Akinek szüksége van, kapcsolatot találhat a világhálón.

