

Een dwarsdoorsnede van het assortiment dat verpakt is in bruine apothekersflesjes en mooi bedrukte doosjes met per formule een eigen kleurcode.

te creëren waarbij de bruine maatbeker en het witte etiket elkaar versterkten. Maar op de achterkant van het witte etiket zal je altijd de kleur terugvinden van de respectievelijke formule." Op die manier is met het verpakkingsdesign een soort ouderwets geneesmiddelengevoel gecreëerd. "Dit 'oude, goede' gevoel hoort hier helemaal thuis en ligt ook in lijn met onze historiek: de formules zijn destijds door een apotheker voor zijn studerende kinderen ontwikkeld."

Het speelse lettertype lijkt in eerste instantie in contrast met de ouderwetse verpakking, maar combineert toch heel goed. "Heimat mono is iets origineels en het combineert de elegantie van onze verpakking met het jonge dynamisme dat er bij ons leeft. We zijn niet het zoveelste bedrijf dat zichzelf te serieus neemt, maar een uitdager die graag van het leven geniet." De bijzondere E met een aantal extra horizontale streepjes komt van de hoeveelheidsaanduiding van het originele bekerglas. "Dit verwijst naar de juiste afweging/afmeting van de ingrediënten."

Kleur en nummer per formule

Metis koos om transport- en praktische redenen voor een omdoosje voor de consumentenverpakkingen. "Hierdoor blijft de glazen verpakking altijd intact – er is nog nooit een kapot exemplaar ergens aangekomen - en kan ons product mooi tentoongesteld worden in de rekken. Daarvoor zorgt ook de combinatie van de gedraaide vlakken."

De grijstinten zijn een resultaat van de beoogde look & feel: strak, premium, passend bij het bruine potje. De kleuren flap is per formule uniek. Deze wordt gebruikt als herkenningspunt voor zowel de apotheker als de eindconsument. "Hierdoor kan men duidelijk zien welke formule men mee naar huis neemt en of welke formule ze opnieuw moeten gaan bestellen. Het cijfer is expliciet aanwezig om als herkenningspunt te gebruiken voor een herbestelling. Ook verwijst het grote cijfer naar een premium look&feel van Chanel nr. 5.

Elke kleur heeft een eigen betekenis. Deze zijn gekozen naar de eigenschappen van de formules. Blauw bijvoorbeeld geeft rust en kalmte, dus die kleur moet de 'Sleep formule' vertegenwoordigen." De kartonnen buitenverpakking is overigens van FSC-gecertificeerd materiaal.

Londens designbureau

Voor het complete verpakkingsdesign tekende het Londense bureau Midday Studios. "Dit is een relatief jonge designstudio die we vier jaar geleden gecontacteerd hadden. Beide creatieve partners waren voorheen designers bij het befaamde Pearlfisher, voordat ze voor zichzelf begonnen."

Het assortiment van Metis bestaat uit drie formules: Energy, Sleep en Beauty. Alle drie hebben ze hun eigen unieke nummer en kleur ter herkenning. Christiaen: "De Energy formule bevat een hoge dosis aan Ginseng, die je meer focus geeft en helpt tegen stress. De Sleep-formule werkt met een unieke combo van Valeriaan en Eschscholcia, die je beter doen in- en doorslapen. De derde, Beauty, formule bevat Bamboo, olijfblad extract en andere bouwstoffen. Deze bestanddelen zorgen samen voor minder haaruitval bij vrouwen, voller haar en sterke nagels." De Metis bekers zijn te koop vanaf €22,50. ■

Tekst: Erik Kruisselbrink; Foto's: Metis



Metis is met een hoog gehalte 'Christiaen' een echt familiebedrijf. Vlnr: Dirk, Maxim, Christophe, Margaux en Caroline Christiaen en Nathalie Bongaerts.

Het ontstaan van Metis

Het verhaal van Metis begon met Dirk Christiaen. Hij is al meer dan twintig jaar een onafhankelijke apotheker met een warm hart voor zijn klanten. Hij ergerde zich vaak aan het feit dat hij voedingssupplementen moest verkopen die vaak niet sterk genoeg waren. Soms moest hij meerdere doosjes meegeven om in de buurt van de juiste dosering te komen. Dit was de aanleiding om zelf formules te ontwikkelen die sterk genoeg waren om gericht te werken bij veelvoorkomende klachten. De formules gebruikten ze regelmatig binnen het gezin, bijvoorbeeld tijdens examens. En met succes, aldus Christiaen lachend die zichzelf als een wat eigenwijze apotheker betitelt. Uiteindelijk besloten Dirk en zijn kinderen (Christophe, Carolina, Maxim en Margaux) om er een bedrijf van te maken, zodat zij niet alleen zelf maar ook anderen konden profiteren van de door hen ontwikkelde supplementen. Elke zondagavond hielden zij een bespreking rond de keukentafel om Metis verder te ontwikkelen. En zo werd Metis Supplementen geboren in november 2017.