

Uma das preocupações durante o desenvolvimento, foi de não sobrecarregar visualmente a imagem, visto que o saco é o meio de comunicação transportado pelos consumidores, grande parte do tempo em movimento.

Foi optada uma imagem assimétrica para transmitir energia. Foi depositado bastante peso visual no canto superior esquerdo, afastado do que seria o ponto de gravidade de um saco com roupa. Isto tende a criar uma sensação de desconforto que ajuda a chamar a atenção do saco no meio de tantos outros.

Foram surgindo varias ideias que funcionariam bem por si só. Contudo, no fim, acabaram por se transformar em elementos convergentes numa única composição. Com esses elementos tentei recriar o que seria uma paisagem de cidade com espaços verdes como a que aparece no site da Springfield.

O logotipo, recriado em relva saliente, pretende transmitir não só a frescura e natureza da primavera como também as preocupações ambientais e ecológicas da Springfield.

A festa de pessoas no canto superior esquerdo tem como função inserir o elemento humano na composição, assim como valores associados à juventude e ao movimento social. Foram escolhidas cores quentes de moto a fazer sentir o calor do verão e alegria. Este elemento serve também como representação do sol.

Ao fundo foi adicionado uma camada de palavras simbólicas que identificam a marca. O objectivo é transmitir o excesso de informação e cultura característicos de um ambiente citadino. Foi utilizada uma cor de pouco contraste de modo a nao sobrecarregar a imagem. Neste fundo de palavras foram inseridos elementos verticais (o nome do concurso) de modo a representar os edifícios altos e arranha-ceus