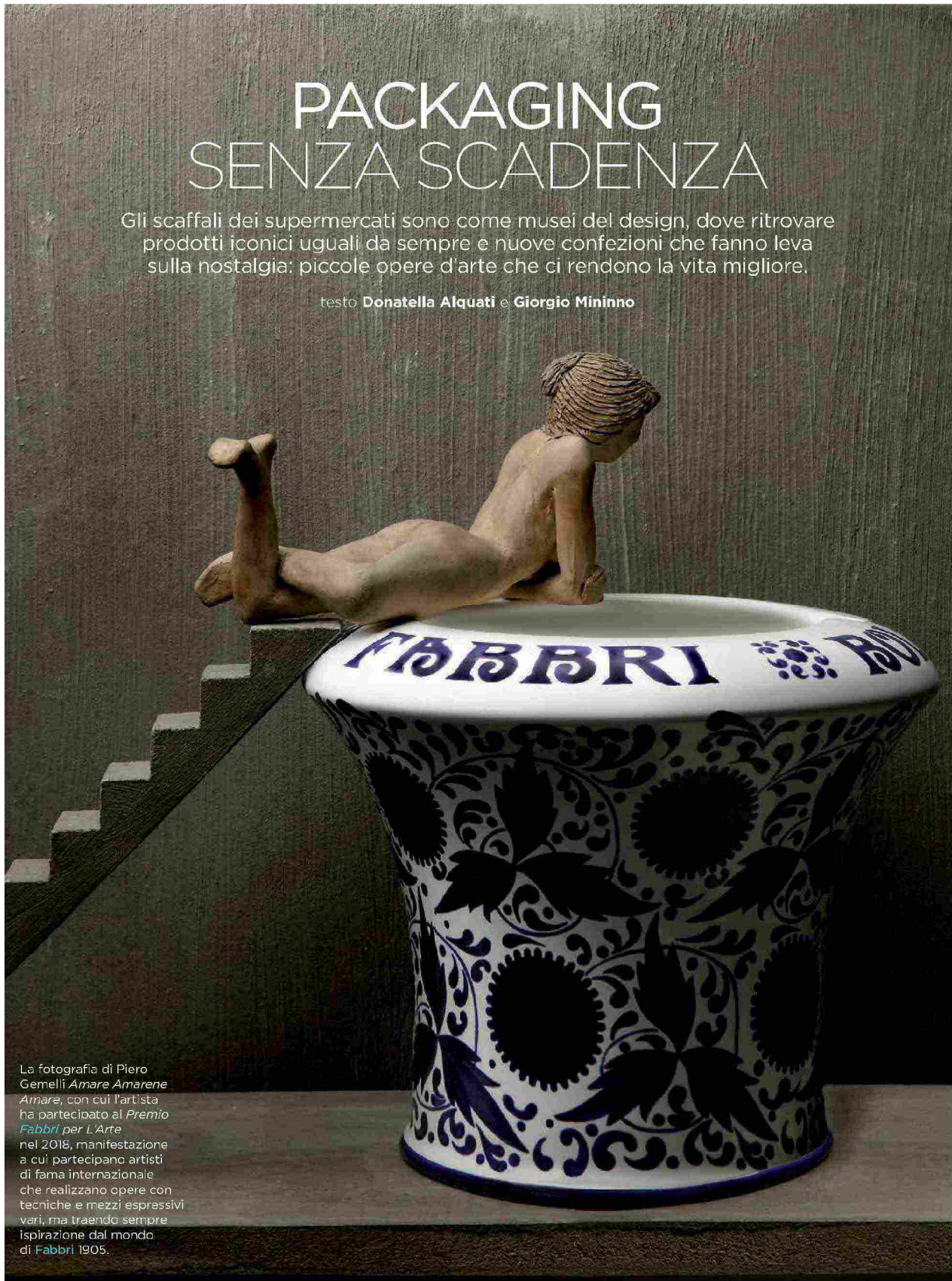


PACKAGING SENZA SCADENZA

Gli scaffali dei supermercati sono come musei del design, dove ritrovare prodotti iconici uguali da sempre e nuove confezioni che fanno leva sulla nostalgia: piccole opere d'arte che ci rendono la vita migliore.

testo Donatella Alquati e Giorgio Mininno



La fotografia di Piero Gemelli *Amare Amarene Amare*, con cui l'artista ha partecipato al Premio *Fabbri per L'Arte* nel 2018, manifestazione a cui partecipano artisti di fama internazionale che realizzano opere con tecniche e mezzi espressivi vari, ma traendo sempre ispirazione dal mondo di *Fabbri* 1905.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

GRAPHIC DESIGN

COME UNA LANTERNA

Per contrastare la contraffazione, nel 1987 un giovane Giorgetto Giugiaro viene incaricato di progettare una bottiglia dalla forma iconica per l'**Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP**.



«Il packaging può essere uno spettacolo, può creare una storia».

Steve Jobs



SILHOUETTE STORICA

Ricorda la lanterna del minatore che per caso scopri la fonte di acqua **Lurisia** nel 1918, è la bottiglia firmata nel 2007 da Sottsass Associati, qui nella riedizione con tappo Guzzini.

USA E CONSERVA

Ha uno stile vintage la latta da tè a chiusura ermetica scelta per valorizzare i biscotti artigianali **Marabissi**. La confezione li rende un'idea regalo e si presta a essere riutilizzata, restando nelle case dei clienti.



MOTIVO ICONICO

Corso Como 10, il concept store più famoso di Milano, ha lanciato una collezione di prodotti gastronomici italiani, paccheri inclusi, brandizzati dall'inconfondibile motivo.

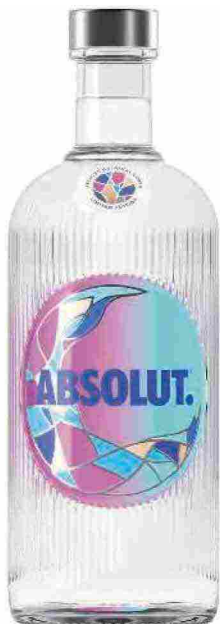
Se parlate con un guru del marketing vi potrà raccontare la ricetta delle famose quattro P: il prodotto, il prezzo, la distribuzione (placement ndr) e la promozione. Il giusto mix di scelte, investimenti e azioni per posizionare una marca nella mente dei consumatori, e farcela rimanere. Nello spettro di queste scelte il design del prodotto è estremamente importante e il packaging ha almeno due grandi responsabilità. La prima è di dover comunicare a prima vista i valori della marca decisi da chi lo produce. La seconda, più difficile da controllare, è

quella di prendersi uno spazio nella memoria collettiva, nelle nostre abitudini e quindi nella storia di una popolazione.

Esiste un packaging migliore di un altro? La qualità di una confezione si valuta con gli stessi criteri di qualunque altro oggetto di design: funzionalità, ergonomia, armonia delle forme, solo per citare i parametri più noti. E sicuramente il virtuosismo o la genialità del designer possono rendere un prodotto memorabile e facilmente distinguibile. Ma la ricercatezza di una scatola non è sempre il parametro prevalente, capita spesso che ci affezioniamo a prodotti dall'aspetto essenziale, privi di particolari orpelli grafici, perché ciò che importa davvero è la relazione emotiva che abbiamo con il prodotto stesso. Noi proviamo simpatia per quella bottiglietta di concentrato, gialla e a forma di limone, che nel suo minimalismo ri-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

**VODKA DA COLLEZIONE**

L'idea di collaborare con artisti e pensatori fu una novità assoluta di **Absolut** e la prima collaborazione fu con Andy Warhol nel 1985. Da allora oltre 500 artisti si sono passati il testimone, fino a Olly Alexander.

CONSERVE IN VASO

Ha vinto il prestigioso riconoscimento internazionale Diamond Award la linea di vasi in vetro **Casa Marrazzo 1934**, disegnati da Auge Design.

**STILE LIBERTY**

Da più di 200 anni la famiglia Testa solca i mari di Sicilia, dal 2017 con Testa Conserve completa la filiera del tonno portandolo nei negozi internazionali, grazie al pack che si ispira allo stile Liberty siciliano.

**BISCOTTI ARTISTICI**

Biscotti di Prato alle mandorle, ricetta tradizionale **Antonio Mattel** ma nelle nuove scatole da collezione illustrate dagli artisti Simone Massoni & Ilaria Falorsi con il progetto grafico dello studio neo.lab.

**PACK INNOVATIVO**

Farina ma in un brick in carta FSC e con tappo in bioplastica. Permette di dosare e conservare il contenuto, senza sprechi. **Molino Rossetto** si meritato così l'ADI Packaging Design Award 2019.

corda alcune opere di Enzo Mari o per il barattolo in vetro Bormioli, il meta-packaging delle conserve fatte in casa. Ma è anche la longevità a scaffale di alcuni prodotti a renderli icone indimenticabili, come sono da sempre le eterne scatolette di liquirizie TABÙ.

AL SUPERMERCATO SIAMO CIRCONDATI da molti prodotti che mantengono un'estetica retrò: in stile liberty, futuristi o modernisti, ed è curioso come queste icone coesistano sullo scaffale con dei falsi storici. Molti brand infatti stanno artificiosamente riprogettando le proprie confezioni con gli stilemi vintage, sfruttando il potere nostalgico di queste forme e contando sulla fiducia che chi acquista ripone nei prodotti creati come si faceva una volta. Basta fare un giro nella corsia della pasta per avere un'e-

sposizione in tempo reale di questa pratica. Il packaging italiano è per questo estremamente interessante, nella sua frammentazione è rappresentativo di un'estetica "fra tradizione e innovazione" che, come il resto del Made in Italy, fa scuola, fa gola sia ai designer che ai brand del panorama internazionale. Possiamo vivere le corsie di un supermercato come fossero un museo in cui esaminare e confrontare funzioni ed estetiche diverse, ognuna ricca di riferimenti e storie differenti, maturando la consapevolezza che i prodotti che acquistiamo parlano di loro, ma anche di noi e costruiscono il nostro buon gusto. Esattamente come ogni altro pezzo di design. *