



UNC
CONSUMATORI.IT

Packaging Design: forme che parlano

29 Aprile 2014

Bevande iconiche immancabili nel nostro frigorifero, vini e liquori con cui abbiamo brindato agli eventi importanti, la boccetta del profumo che usava nostra madre... i contenitori e le loro forme costellano le nostre vite e sono capaci di evocare ricordi e sensazioni. Per questo il *design* del *packaging* dei prodotti che consumiamo ha un'importanza fondamentale: esso deve essere funzionale, certo, ma anche unico, facilmente identificabile, capace di sintetizzare i valori di un *brand* e, perché no, essere il più possibile bello, se non addirittura di valore artistico.

Il vetro, grazie alle caratteristiche che abbiamo imparato a conoscere ed apprezzare, è un materiale che particolarmente bene si presta alle esigenze di cui stiamo parlando. La sua malleabilità in fase di lavorazione, le sue numerosissime possibilità di colorazione, e anche la sua resistenza e sicurezza gli permettono di adattarsi alle richieste sempre crescenti del mercato al fine di realizzare prodotti che sempre più spesso si identificano con lo stesso *design* del contenitore.

I contenitori "*on demand*" nascono dalla stretta sinergia tra i produttori vetrari e il *designer*, ma, soprattutto, sono frutto di un lavoro di alta specializzazione della vetreria che dovrà realizzare un prodotto efficace ed efficiente da presentare al proprio cliente.

Forme differenti caratterizzano inequivocabilmente una marca e le sue peculiarità (storicità, artigianalità, autorevolezza) o anche un prodotto e le sue caratteristiche: le *silhouette* sinuose di una bottiglia identificano un certo gusto morbido o una consistenza cremosa, forme più aguzze possono suggerire sapori più decisi. Oppure pensiamo al campo della cosmesi dove non solo il contenitore in vetro identifica un prodotto più pregiato, ma ci si può sbizzarrire al punto di imitare nel *packaging* le trame di un tessuto iconico identificativo di un *brand*.

E non c'è solo la forma: fondamentale è l'importanza del colore e della trasparenza e anche la possibilità del contenitore in vetro di presentare incisioni e rilievi.

Insomma, le esigenze comunicative di un *brand* vanno ben al di là del solo prodotto che esso rappresenta: una forma racconta una sostanza, una storia, un progetto, un'idea. Un contenitore, soprattutto se in vetro, può aiutarci a dire tutto questo, aggiungendo eleganza, stile e solidità.

Data: 30 aprile 2014

in collaborazione con Assovetro