

packaging

L'ARTE DEL COMUNICARE

Un contenitore per l'Expo 2015

Andrea Ponti, designer che lavora tra Italia e Giappone, ha ideato "The life", una bottiglia in carta riciclabile, sperimentale e di grande qualità, progettata per Expo 2015.

Ergonomia e innovazione tecnica, coniugate dal design, qualificano il contenitore, ipotizzandone nuove destinazioni d'uso.

Le forme geometriche della bottiglia acquisiscono, infatti, solidità grazie alla struttura quadrata sormontata dal tappo. Una capsula a incastro e un cordino completano a livello estetico e funzionale le linee della bottiglia. Il cordino consente, infatti, portare la bottiglia appesa al collo o alla spalla.

La grafica essenziale esalta la qualità generale del contenitore, partecipando alla costruzione di un'immagine esclusiva.



Bottiglie bio per l'acqua

Alcuni marchi italiani stanno cercando di realizzare contenitori a basso impatto ambientale senza rinunciare a un'immagine significativa. La Bio Bottle firmata Between per Sant'Anna rappresenta un esempio interessante di packaging ecocompatibile.

Anche San Benedetto (figura 4) ha presentato il restyling della bottiglia di acqua naturale da due litri eco-friendly curato da FutureBrand. Le linee pulite e la forma slanciata del



Figura 4 - Easy è l'ecocontenitore di San Benedetto

contenitore "Easy" migliorano le prestazioni d'uso e il sensibile incremento delle dimensioni dell'etichetta consente una maggiore razionalizzazione degli spazi dedicati all'informazione dei consumatori. Sanpellegrino e Levissima non si sono tirate indietro e hanno investito sulla ricerca e in particolare sull'uso di Rpet, Pet riciclato, per mantenere forme equilibrate e solide riducendo le emissioni di CO₂.

VAG per Acqua Mellin

Anche il marchio Mellin ha affidato la progettazione della propria bottiglia al mondo della creatività, rivolgendosi allo studio VAG, acronimo di Visual Art Group, che ha sviluppato un contenitore in vetro semplice e rassicurante in grado di costruire un abito naturale per l'acqua, senza cedere alla tentazione di scegliere forme che

identifichino altri liquidi, profumi o liquori. La peculiare identità del prodotto rivolto ai bambini si è confrontata con l'estrema semplicità del recipiente; anche la grafica dell'etichetta è rassicurante e ha l'obiettivo di esaltare la purezza dell'acqua proposta.

Message is the bottle

L'acqua del rubinetto è stata invece al centro del concorso "Message is the bottle", che ha coinvolto giovani creativi di tutta Europa, per esaltare le qualità delle acque del rubinetto italiane e distribuirle in centinaia di locali pubblici. Il concorso organizzato da Publicacqua, Controradio, Legambiente, IED e Casa della Creatività ha dato esiti sorprendenti. Il progetto vincitore "Liscia, gasata o Publicacqua?" è stato selezionato tra



Figura 5 - Il vincitore del concorso "Message is the bottle"