

Torino Design Week 2 / La mostra sul packaging

NUDIO VESTITI LA CONFEZIONE È IL MESSAGGIO

LORENZA CASTAGNERI

Due ruote
Alla Design Week di Torino interessanti anche i prototipi di biciclette pieghevoli elaborati dagli studenti del corso di Product design dello Ied di Torino con il gruppo ferroviario francese Alstom. I progetti tengono conto dei futuri sviluppi della mobilità e di un sistema di trasporti sempre più intermodale, i cui protagonisti saranno il treno e, appunto, la bicicletta

Mettiamola così: l'aspetto conta. Nel cibo, dove la mise en place è importante quanto la sostanza stessa del piatto cucinato, come nella vita di tutti i giorni. E allora non vorrete mica dire che nel commercio l'aspetto di un prodotto, o il suo contenitore sia secondario? «È fondamentale» dice oggi chi si occupa di comunicazione di impresa. A tal punto che il packa-

Cinquanta esempi di imballaggio innovativo: «Ma non si deve mai mentire sul contenuto»

ging è diventato oggetto di studio. E di design. Contenitori, involucri, etichette. Progettati e pensati in modo da raggiungere due obiettivi. Uno pratico, ovvero conservare e trasportare il prodotto nel modo più semplice e conveniente possibile, e uno emotivo. «Il packaging ha una grande valenza comunicativa. Aiuta il consumatore a entrare immediatamente in empatia con l'oggetto desiderato. Il più delle volte a farci preferire un prodotto piuttosto che un altro è proprio la confezione che, di fatto, è l'unica cosa che si vede», spiega Paolo Tamborri, ricercatore del dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino.

Insieme con la collega Silvia Barbero e in collaborazione con il Club della Comunicazione d'Impresa, è curatore della mostra «Nudi o Vestiti. È possibile comunicare con il packaging», tra gli eventi della Design Week, in programma fino al 18 ottobre al Castello del Valentino di Torino. Sono esposte una cinquantina di esempi di imballaggio. Ecco allora le buste di caffè di Rio Coffee con immagini diverse a seconda del tipo di miscela. Scopo dichiarato: suggerire, attraverso le fotografie, la percezione della bevanda. Ma questo non è l'unico esempio. C'è quello delle bottigliette a inca-

Minimalismo
Qui a destra, un esempio del massimo di packaging «nudo»: il marchio è richiamato solo dall'incisione al laser direttamente sul prodotto



Funzioni
Sopra, le buste di caffè Rio, molto raffinate, che puntano tutto sull'immagine; sotto, le funzionali bottiglie a incastro progettate da Btc Concept



Immagini
Sopra, le accattivanti bottiglie della sangria spagnola Lolea; a sinistra, la divertente scatola dei biscotti d'asporto Thelma's, a forma di forno



stro, progetto di Btc Concept, che spicca per la sua funzionalità, o ancora la scatola di biscotti d'asporto di Thelma's, geniale per la sua forma: il creativo l'ha pensata rettangolare e disegnata come il forno in cui sono cotti i dolci. Oggetti vestiti con un abito originale, mai visto prima. E oggetti nudi, privi di protezione e di informazione. Almeno a prima vista. Perché su meloni, banane e arance il logo dell'azienda e i dettagli su luogo di produzione e sulla qualità sono contenuti tutti in un marchio laser, che permette di eliminare le etichette tradizionali. Tecnologie avanzate che, per di più, aiutano a risparmiare. «Sì perché si taglia-

no i costi sulla carta e sull'etichettatura. Una spesa in meno per l'azienda e, di conseguenza, un costo inferiore per il consumatore» aggiunge Tamborri. Uno dei concetti chiave quando si parla di packaging è la sostenibilità: di spesa per il confezionamento stesso, appunto, ma anche per i materiali utilizzati e in termini di limitazione dello spreco. Aspetti, questi, che il consumatore medio ha sempre più a cuore. Importante allora è essere onesti. «Non si possono utilizzare confezioni enormi per tubetti di creme alti dieci centimetri - riflette Tamborri - non si deve mentire sul contenuto. Ma neanche sull'aspetto».



I consigli di Michele De Lucchi

“Ragazzi, studiate i desideri della gente”

ANTONELLA MARIOTTI

«Questi giovani sono bellissimi, sono belle persone, fanno questi oggetti che piace vedere. Torino fa cose che Milano non riesce più a fare». Michele De Lucchi, architetto, è il signor Memphis, marchio Anni Ottanta di mobili ipergeometrici e coloratissimi. L'altro ieri il filosofo della creatività è stato ospite a «Operae», la mostra alle Ogr di Torino.

Architetto, che ne pensa di questi ragazzi un po' creativi un po' artigiani?

«Sono un misto di capacità creative e imprenditoriali. Quando uno si mette a fare le cose in proprio vuol dire che ha dentro di sé una richiesta in più, uno stimolo a mettere le mani in pasta. Ma non chiamiamoli artigiani: l'artigiano non è il designer sperimentatore».

I mezzi della creatività sono cambiati rispetto alla sua esperienza, oggi ci sono stampanti in 3D, computer potenti...

«La tecnologia è straordinaria ed è una grande potenzialità per i giovani, arricchisce il loro atteggiamento mentale».

Quali le novità del design di questi ragazzi? Che differenza c'è tra loro e lei alla loro età?

«Questa grande attenzione

agli aspetti della sostenibilità, il contatto con il mondo nel senso del paesaggio e con la natura, che io ai miei tempi non avevo. Però ho notato che non sanno a chi è dedicato ciò che fanno. Noi studiavamo lo stile di vita delle famiglie, dovrebbero farlo anche loro. Si deve studiare l'uomo di oggi, i suoi desideri e con la loro sensibilità troverebbero soluzioni straordinarie».

Livede un po' autoreferenziali?

«Sono tutti bellissimi ma le loro cose fanno pensare a uno stile di vita che non è il nostro e che non è riconoscibile nei fatti».

Invece voi come iniziavate il percorso creativo?

«Con ricognizioni del mercato, noi avevamo a disposizione le riviste che facevano una grande e attenta selezione per spingere le cose con un certo contenuto. Adesso c'è Internet e passa tutto, questo è il guaio. Non c'è più selezione».

Qual è il futuro del design? La piccola impresa? L'autoproduzione?

«Credo che l'industria rimarrà l'istituzione chiave per l'innovazione, vuol dire produrre, immagazzinare, vendere e comunicare. Dell'industria non si deve parlare male, chi lo fa non sa cosa dice. L'industria ha grande bisogno di rinnovarsi perché vive su questa capacità. Chi può fare questo se non il designer?».



L'ISTITUTO ITALIANO DEL RAME PRESENTA LA 5ª EDIZIONE DEL CONCORSO

IL RAME

E LA CASA

2014

CONCORSO INTERNAZIONALE DI DESIGN
DEDICATO AL RAME E SUE LEGHE,
RIVOLTO A GIOVANI PROGETTISTI E STUDENTI

EVENTI

02/10/2013

E? POSSIBILE COMUNICARE CON IL PACKAGING?

Al Castello del Valentino inaugurazione della mostra "Nudi o vestiti?", a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa. L'esposizione intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione. Per l'inaugurazione è prevista la conferenza tenuta da Rocco Curto, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino; Luca Glebb Miroglio, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa; Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato; Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia; Lino Bergesio, Direttore Creativo dell'Agenzia ARC'S; Tiziana Bonomo e Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa e Silvia Barbero e Paolo Tamborrini, Politecnico di Torino. A seguire ci sarà l'inaugurazione ufficiale delle mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Orari mostra fino al 18 ottobre: dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 19; sabato dalle 9 alle 12. Info ecodesign@polito.it.

Dove: Viale Mattioli 39, Torino

Quando: giovedì 10 ottobre Alle 19,00

Agenda: APPUNTAMENTI



TORINO DESIGN WEEK 2013: DESIGN, TERRITORIO E LAVORO

SCRITTO DA AMBRA ZAMUNER IL 03 OTTOBRE 2013. PUBBLICATO IN [EVENTI](#)

La lunga settimana del design è quasi alle porte. Dal 7 al 13 ottobre sarà nuovamente Torino Design Week con tantissimi incontri, eventi, workshop per conoscere il design sul territorio e le nuove possibilità nel campo del lavoro.

Torna come ogni anno la **Torino Design Week** e come ogni anno gli eventi sono sempre interessanti, sia per i professionisti del settore sia per gli appassionati. Gli eventi principali si svolgeranno in Piazzetta Carlo Molino, alle OGR e allo **Juventus Stadium**, con un unico messaggio che coinvolge il territorio: **+ Design x il Lavoro**

tema più che mai caro di questi tempi, che si svilupperà tra incontri, mostre e conferenze.

Il Programma

L'**Archivio di Stato** in Piazzetta Carlo Molino ospiterà diverse iniziative, come la mostra organizzata dall'ADI (delegazione Piemonte e Valle D'Aosta) che presenterà i prodotti meritevoli di essere inseriti nel Design Index annualmente pubblicato dall'ADI Nazionale. La **mostra** sarà divisa in tre sezioni: Prodotti, Grafica, Targa Giovani, con una commissione a sostegno del concept di caos organizzato, un modo ingegnoso per definire le menti creative dei progettisti. I numeri includono 43 progetti e prodotti, 60 tra progettisti e studenti, 23 aziende e un allestimento curato da Francesco Gennaro e Rebecca Biancorosso, l'immagine coordinata è stata affidata a Cristina Siccardi e Roberto Fidale.

Altri eventi durante la settimana come Design for social good, design for **social impact**, design is a label vedranno la partecipazione di studi professionali ed eccellenze del food principalmente torinesi.

Alle **OGR** dall' 11 al 13 ottobre sarà di scena **Operae**, la mostra mercato che accorcia le distanze tra designer, artigiani, creativi, aziende e pubblico curioso. La lista degli espositori, 71 tra nazionali e internazionali, comprende anche l'editoria indipendente. Interessanti gli **workshop** previsti in diverse giornate, come la progettazione partecipata, e sostenibile, sabato 12 ottobre in essenzialMENTE di Giulio Jacchetti o Vieni a piedi, torna in auto di Matteo Ragni che presenterà il mini-kit **TobeUs** che mira a creare una prospettiva diversa sulla mobilità ecologica.

Lo **Juventus Stadium**, croce e delizia di chi il calcio lo segue, in questa occasione diventa luogo più che mai utile alle nuove generazioni. RestartUp è un progetto dell'Associazione TDW ospitato da IOLavoro, il 10 ottobre alle ore 16.00 sarà presentata l'iniziativa e durante la giornata sarà possibile sostenere colloqui orientativi, per giovani designer e aziende.

E per chi sentisse ancora bisogno di Design, sono previsti ulteriori eventi alla **TDW Off**, come la mostra seminario sul packaging "**Nudi o Vestiti? Comunicare con il packaging**" al Castello del Valentino e un bel party in Piazzetta Carlo Molino a chiusura evento.

Sul sito ufficiale della TDW è disponibile il programma completo, anche Operae ha caricato sul suo sito e sulla pagina FB tutte le ultime notizie e il consueto countdown alla manifestazione.

Ingegneria e design: il dilemma del packaging

Dal 10 al 18 ottobre il Castello del Valentino ospiterà "Nudi o vestiti?", una mostra sull'importanza di confezionamento e imballo nella processo di comunicazione

Valentina Esposito e Luca Calderan



Bentornati nello spazio di **Digi.TO** dedicato al mondo del **Politecnico di Torino**, su cui è possibile essere aggiornati anche su **Facebook**.

Da giovedì il **Castello del Valentino** ospiterà una **mostra** dal titolo decisamente curioso a cura del **Politecnico di Torino**, del **Dipartimento di Architettura** e del **Club della Comunicazione d'Impresa**. "**Nudi o vestiti?**" vuole portare all'attenzione del pubblico il controverso dibattito sul **packaging**, sulla confezione e sull'imballo dei prodotti di consumo quotidiani e non.

Spesso considerato fonte di **inquinamento e spreco**, in realtà il "pack" è un prodotto di **design** che veicola ideali e concetti, con determinate utilità e funzioni, motivo per cui la mostra si propone di presentare il "pack" secondo più punti di vista, dalla progettazione alla definizione del design, **all'emozione e alle tecnologie** utilizzate.

Nella giornata inaugurale di **giovedì 10 ottobre**, per tutta la giornata si terranno seminari sull'argomento atti ad introdurre la mostra e questo particolare tipo di comunicazione. Il pubblico potrà assistere liberamente alle **tavole rotonde** di esperti e professionisti del settore, soppesando le loro **opinioni e conoscenze** per formarsene liberamente di proprie, soprattutto per quanto riguarda la creazione di un pack che sia funzionale, moderno, ma in linea con l'idea di **consumatore attivo e attento**.

Il seminario inizierà **alle 17** e coinvolgerà professionisti delle più grandi marche di consumo direttamente impegnati sul campo. Inoltre, la mostra sarà suddivisa in sette sezioni ed è inserita nel più vasto **panorama artistico** della **Torino Design Week**.

Un **evento** importante nella **collaborazione** tra Politecnico e Club della Comunicazione d'Impresa, visto che questo è solo la prima di una lunga serie di sinergie, sia a livello universitario che a livello professionale.

DAL 7 AL 13 EVENTI E MOSTRE LA DESIGN WEEK RACCONTA LAVORO E IMPRESA

GIULIANO ADAGLIO
Il design torna protagonista sotto la Mole: dal 7 al 13 ottobre si terrà la terza edizione della Torino Design Week, incentrata quest'anno sul

tema del lavoro e dello sviluppo di impresa in rapporto al territorio. Non a caso, lo slogan della rassegna è «+ design x il lavoro», a testimonianza di quanto sia importante coniugare la ricerca estetica con le richieste di un mercato sempre più competitivo. Fulcro della manifestazione sarà l'Archivio di Stato, a due passi dal Teatro Regio. La struttura di piazzetta Carlo Molli-

no, aperta al pubblico tutti i giorni dalle 10 alle 20, ospiterà la mostra «Design e territorio», che raccoglie i migliori progetti selezionati dall'Associazione per il Disegno Industriale per entrare a far parte della «bibbia» del settore, l'ADI Design Index. L'Archivio di Stato farà inoltre da scenario a una serie di appuntamenti collaterali, come il concorso «Prodotti Tipici Industriali», ideato per mettere in contatto i giovani designer con le aziende locali. All'esposizione dei progetti vincitrici della prima edizione (l'orologio «Oretta» disegnato da Arianna Subri e prodotto da Liotex, il portauovo «Colombo», disegnato da Alessandro Damin e prodotto da Smalbo, il vassoio «Tavella», disegnato da Antonio Cos e prodotto da Fornace Carena) farà seguito il lancio della nuova edizione.

I visitatori potranno interagire, attraverso uno schermo touch posizionato all'interno dell'Archivio di Stato, con «Le grandi pagine del Design», l'applicazione avviata da La Stampa in occasione del Salone del Mobile 2013: un'occasione per ripercorrere, attraverso le pagine del quotidiano, la storia del design in Italia, dalla prima esposizione di arte decorativa moderna ai giorni nostri. Per chi preferisce un approccio più tradizionale, la libreria nb: notabene presenterà un «booksho...w» con una selezione di testi sull'argomento. Ai giovani professionisti sono rivolti gli eventi organizzati da SocialFare, il Centro per l'Innovazione Sociale nato per costituire un trait d'union tra mondo dell'innovazione e imprenditoria sostenibile: il workshop «Design for Social Impact», in programma martedì 8 dalle 18 alle 20, l'incontro «Innovazione Sociale e Impresa», world café con degustazione di cioccolato Spes (sabato 12 dalle 18 alle 20) e «Porte aperte sull'innovazione socia-



● Il 10 ci sarà un focus su «Comunicare con il packaging»

le», dibattito di chiusura (domenica 13 dalle 15 in poi) dove trarre le conclusioni della settimana di lavori, anche in base a quanto emerso nel convegno «Più Design per il Lavoro» in calendario sabato 12 alle 9 del mattino.

La Torino Design Week coinvolgerà due aree protagoniste di radicali cambiamenti negli ultimi anni, le Officine Grandi Riparazioni e lo Juventus Stadium. Le Ogr ospiteranno, dall'11 al 13 ottobre, la mostra mercato sul design autoprodotta «Operae», giunta alla quarta edizione. L'impianto di proprietà della Juventus sarà invece teatro, giovedì 10 alle 16, del progetto formativo RestartUp, un percorso formativo mirato all'inserimento di giovani designer nella piccola media impresa. Un occhio di riguardo sarà rivolto anche all'estero, con la presentazione della mostra di design argentino in Italia a cura dell'associazione Creatividad Etica di Buenos Aires. A celebrare il connubio tra tradizione e innovazione ci penserà la fondazione dello storico Carnevale d'Ivrea, attraverso un percorso di design sostenibile per i carri da getto di arance. L'evento «off» della settimana sarà ospitato dal castello del Valentino, sede dell'esposizione «Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging»: una mostra, aperta dal 10 al 18 ottobre (dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 19, il sabato dalle 9 alle 12), dedicata all'importanza della «confezione» di un prodotto. Nella giornata inaugurale di giovedì 10, a partire dalle 17, il pubblico potrà partecipare a un seminario tenuto da alcuni dei principali progettisti e studiosi del settore, che racconteranno l'importanza di un imballaggio accattivante e al tempo stesso sostenibile e funzionale. Il calendario completo degli incontri è consultabile sul sito www.torinodesignweek.org



Mostra e seminario sul Packaging all'interno della Torino Design Week



Dal 10 al 18 ottobre Torino si trasformerà nella capitale del **packaging**: presso il Castello del Valentino, sede della Facoltà di Architettura della città è in programma la mostra "**Nudi o vestiti? – Comunicare con il packaging**", a cura di **Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa**, che intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione e di design, attento alla sostenibilità ambientale.

Il Progetto sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di **giovedì 10 ottobre**, da un **seminario** in programma dalle **ore 17:00** durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per **progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore**.

A seguire verrà inaugurata la mostra curata da **Silvia Barbero e Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni quali **Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia**: 7 specificità che non sono solo le **categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare**.

NUDI O VESTITI? COMUNICARE CON IL PACKAGING

Seminari, conferenze e un'interessante esposizione sul ruolo del packaging come strumento di comunicazione. Spesso accusato per l'impatto ambientale, il pack è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni.

Stefano Torregrossa | 8 ottobre 2013, 10:00 | Ultima modifica 08/10/2013

Dal 10 al 18 ottobre al Castello del Valentino di Torino avrà luogo un'interessante mostra dal titolo: "Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging".

L'iniziativa intende indagare – attraverso seminari, conferenze e un'interessante esposizione – il ruolo del packaging come strumento di comunicazione: spesso accusato per l'impatto ambientale, il pack è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. Figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti **racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo**, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

Il programma del seminario moderato da Luca Glebb Miroglio il 10 ottobre

- 17.00 SALUTI / Rocco Curto, Direttore Dipartimento Architettura e Design, Politecnico di Torino Luca Glebb Miroglio, Presidente Club della Comunicazione d'Impresa
- 17.15 EMOZIONARE CON IL PACK / Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa
- 17.30 VESTO NUDO (INTERVISTA CON IL PACK) / Lino Bergesio, Creative Director ARC'S agency
- 17.45 IL COLORE NEL PROGETTO DEL PACK / Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia
- 18.00 IL PACK COMUNICA IL GREEN / Paolo Tamborrini, Politecnico di Torino
- 18.15 COMUNICARE CON IL PACKAGING: LA MOSTRA / Silvia Barbero, Politecnico di Torino Tiziana Bonomo, Club della Comunicazione d'Impresa
- 18.30 IL PACK, SENSE AND SENSITIVITY / Giulia Ceriani, Presidente baba consulting – ricerche e scenari di mercato



Il progetto è a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, è supportato da importanti partner come Lavazza, L'Oreal, Nutella.

Se siete di Torino e ci fate un salto (io, ahimé, sono davvero troppo distante), non dimenticatevi di sbirciare il mio progetto per Bigagnoli Wines, che è presente alla mostra (oltre che nella homepage del sito). Son soddisfazioni.

TESTATA: Ansa.it

DATA: 9 ottobre 2013

(ANSA) - TORINO, 9 OTT - Da domani al 18 ottobre Torino si trasformerà nella capitale del [packaging](#): presso il Castello del Valentino, sede della Facoltà di Architettura della città è in programma la mostra 'Nudi o vestiti? - Comunicare con il [packaging](#)', a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, che intende indagare sul ruolo del [packaging](#) quale strumento di comunicazione e di design, attento alla sostenibilità ambientale.

Domani ci sarà un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A seguire verrà inaugurata la mostra curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, suddivisi in differenti sezioni quali Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia: 7 specificità che non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il [packaging](#) può comunicare.

(ANSA).



NUDI O VESTITI? IL RUOLO DEL PACKAGING COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. E' questo il tema della mostra "Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A partire dalle ore 17:00 si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, Rocco Curto, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, Luca Glebb Miroglio, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting – ricerche e scenari di mercato, Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, Lino Bergesio, Direttore Creativo dell'Agenzia ARC'S, Tiziana Bonomo e Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa e Silvia Barbero e Paolo Tamborrini, Politecnico di Torino. A seguire ci sarà l'inaugurazione ufficiale della mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

TESTATA: Beverfood.com

DATA: 9 ottobre 2013

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un accordo che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il Master in Marketing Comunicazione e Design rappresenta il primo importante tassello.

"NUDI O VESTITI? – COMUNICARE CON IL PACKAGING" dal 10 al 18 OTTOBRE 2013

dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 19.00; sabato dalle 9.00 alle 12.00 Castello del Valentino

Viale Mattioli, 39 – 10125 Torino – Italia + info: ecodesign@polito.it

Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa

Mostra "Nudi o vestiti?"

Il ruolo del packaging come strumento di comunicazione

dal 10 al 18 ottobre 2013

Castello del Valentino, Viale Mattioli, 39 - Torino

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. E' questo il tema della mostra "Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un **seminario** durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

Giovedì 10 ottobre - ore 17.00: Seminario.

Si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, **Rocco Curto**, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, **Luca Glebb Miroglio**, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, **Giulia Ceriani**, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, **Laura Migliore**, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, **Lino Bergesio**, Direttore Creativo dell'Agenzia ARC'S, **Tiziana Bonomo** e **Felice Polarolo**, Club della Comunicazione d'Impresa e **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborrini**, Politecnico di Torino.

Giovedì 10 ottobre - ore 19.00: Inaugurazione ufficiale delle mostra

A seguire ci sarà l'inaugurazione ufficiale delle mostra, curata da **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le **proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione** in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali.

La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della **Torino Design Week**, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana. Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un accordo che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il Master in Marketing Comunicazione e Design rappresenta il primo importante tassello.

Orario della mostra: dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 19.00; sabato dalle 9.00 alle 12.00.

Info:

Nudi o vestiti? - Comunicare con il packaging

E-mail: info@nudiovestiti.it

TESTATA: Libero.it

DATA: 9 ottobre 2013

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

Mostre Nudi o vestiti? " Comunicare con il packaging dal 10 al 18 ottobre 2013 Castello del Valentino Torino



... che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di **aziende** come Ferrero, ... ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il **packaging** può comunicare .
dal ...

Persone: valentino torino

Luoghi: torino

Tags: seminario vestiti

Mostre Nudi o vestiti? – Comunicare con il packaging dal 10 al 18 ottobre 2013 Castello del Valentino Torino

dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 19.00; sabato dalle 9.00 alle 12.00



Dal 10 al 18 ottobre Torino si trasformerà nella capitale del packaging: presso il Castello del Valentino, sede della Facoltà di Architettura della città è in programma la mostra "Nudi o vestiti? – Comunicare con il packaging", a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, che intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione e di design, attento alla sostenibilità ambientale.

Il Progetto sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di **giovedì 10 ottobre**, da un **seminario** in programma dalle **ore 17:00** durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per **progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore**.

A seguire verrà inaugurata la mostra curata da **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni quali *Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia*: 7 specificità che non sono solo le **categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo**, ma anche le **testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare**.

dal 10 al 18 OTTOBRE 2013

dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 19.00; sabato dalle 9.00 alle 12.00

Castello del Valentino

Viale Mattioli, 39 - 10125 Torino - Italia

SEMINARIO

giovedì 10 ottobre ore 17.00

INAUGURAZIONE MOSTRA

giovedì 10 ottobre ore 19.00

info: info@nudiovestiti.it

Nudi O Vestiti? Comunicare Con Il Packaging



Dal 10 al 18 ottobre al Castello del Valentino di Torino avrà luogo un'interessante mostra dal titolo: *"Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging"*.

L'iniziativa intende indagare – attraverso seminari, conferenze e un'interessante esposizione – il ruolo del packaging come strumento di comunicazione: spesso accusato per l'impatto ambientale, il pack è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. Figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

Il progetto è a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, è supportato da importanti partner come Lavazza, L'Oreal, Nutella.

Se siete di Torino e ci fate un salto (io, ahimé, sono davvero troppo distante), non dimenticatevi di sbirciare *il mio progetto per Bigagnoli Wines*, che è presente alla mostra (oltre che nella homepage del sito). Son soddisfazioni.

**10/10 : E ' POSSIBILE COMUNICARE CON IL PACKAGING? Dal
10 ottobre la mostra 'Nudi o vestiti? ', a cura di Politecnico di
Torino, Dipartimento di Architettura**

Data inizio evento: **10/10**

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra 'Nudi o vestiti?' in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del 'pack' di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A partire dalle ore 17:00 si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, Rocco Curto, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, Luca Glebb Miroglio, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, Lino Bergesio, Direttore Creativo dell'Agenzia ARC'S, Tiziana Bonomo e Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa e Silvia Barbero e Paolo Tamborini, Politecnico di Torino.

A seguire ci sarà l'inaugurazione ufficiale delle mostre, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento

realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali.

La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un accordo che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il Master in Marketing Comunicazione e Design rappresenta il primo importante tassello.

'NUDI O VESTITI?' – COMUNICARE CON IL PACKAGING'

dal 10 al 18 OTTOBRE 2013

dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 19.00; sabato dalle 9.00 alle 12.00

Castello del Valentino

Viale Mattioli, 39 – 10125 Torino – Italia

SEMINARIO

giovedì 10 ottobre ore 17.00

INAUGURAZIONE MOSTRA

giovedì 10 ottobre ore 19.00

info: info@nudiovestiti.it

Mostra "Nudi o vestiti?" a cura di Politecnico di Torino

Inserito Da [Davide Marabotto](#) - 9 Ottobre 2013[Tweet](#)[Consiglia](#)

1

Presso **Castello del Valentino** Dal 10/10/2013 Al 18/10/2013

INFORMAZIONI

DOVE

Castello del Valentino

Viale Pier Andrea Mattioli, Torino



ORARIO

COSTO

VOTO REDAZIONE



Dal 10/10/2013 Al 18/10/2013

San Salvario

[Vai al sito](#)

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un **prodotto di design carico di valori e funzioni**, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra "**Nudi o vestiti?**" in programma a Torino **dal 10 al 18 ottobre** presso il **Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di **Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design** e **Club della Comunicazione d'Impresa**, sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di **giovedì 10 ottobre**, da un **seminario** durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A partire dalle **ore 17:00** si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, **Rocco Curto**, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, **Luca Glebb Miroglio**, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, **Giulia Ceriani**, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, **Laura Migliore**, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, **Lino Bergesio**, Direttore Creativo

dell'Agenzia ARC'S, **Tiziana Bonomo** e **Felice Polarolo**, Club della Comunicazione d'Impresa e **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborrini**, Politecnico di Torino.

A seguire ci sarà l'**inaugurazione ufficiale delle mostra**, curata da **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero**, **Lavazza**, **L'Oreal**, **Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: **Forma**, **Colore**, **Sostenibilità**, **Funzionalità**, **Immagine**, **Materiali e Tecnologia**. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le **proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino**, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali.

La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della **Torino Design Week**, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di **Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana**.

Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un accordo che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il Master in Marketing Comunicazione e Design rappresenta il primo importante tassello.

Categoria: Mostre e Cultura

Quando: Alle 17:00 dal 10-10-2013 al 18-10-2013

nei seguenti giorni : Lun - Mar - Mer - Gio - Ven - Sab - Dom

Dove: Castello del Valentino

Indirizzo: viale Pier Andrea Mattioli 39 Torino

Prezzo: --

Link: [Sito Web dell'evento](#)

Dal 10 ottobre la mostra " Nudi o vestiti?" , a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione.

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra " Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del " pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Vi aspettiamo nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre con un seminario tenuto da figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A partire dalle ore 17:00 si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, Rocco Curto, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, Luca Glebb Miroglio, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, Lino Bergesio, Direttore Creativo dell'Agenzia ARC'S, Tiziana Bonomo e Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa e Silvia Barbero e Paolo Tamborini, Politecnico di Torino.

A seguire ci sarà l'inaugurazione delle mostra che vedrà esposti alcuni tra i migliori ed esemplificativi pack in produzione suddivisi in sette sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzione, Immagine, Materiali e Tecnologia sono le categorie che raggrupperanno pack provenienti da tutto il mondo.

Torino capitale del packaging. Dal 10 ottobre

10/10/2013

La mostra 'Nudi o vestiti?', a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, indaga il ruolo del packaging quale strumento di comunicazione. La mostra e il seminario sul tema all'interno della sesta edizione di Torino Design Week (7 al 13 ottobre).

Il **packaging**, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un **prodotto di design** carico di **valori e funzioni**, oggi molto attento anche alle questioni di **sostenibilità**.

È questo il tema della mostra **'Nudi o vestiti?'** in programma a **Torino dal 10 al 18 ottobre** presso il **Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del pack di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, sarà caratterizzato, nella **giornata inaugurale** di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di **figure professionali** d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per **progettare un imballaggio** contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche **onesto** nei confronti del consumatore.



A partire dalle ore 17 si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, **Rocco Curto**, direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, **Luca Glebb Miroglio**, presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, **Giulia Ceriani**, presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, **Laura Migliore**, direttore Ricerche L'Oréal Italia, **Lino Bergesio**, direttore creativo dell'agenzia ARC'S, **Tiziana Bonomo** e **Felice Polarolo**, Club della Comunicazione d'Impresa e **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborrini**, Politecnico di Torino.

A seguire, ci sarà l'inaugurazione ufficiale delle mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più **esemplificativi** pack di aziende come Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia.

Queste **sette specificità** non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le **testimonianze concrete** delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del **Corso di Laurea in Design e Comunicazione** in collaborazione con l' **Osservatorio Ecopack** del Politecnico di Torino.

La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della **Torino Design Week**, in programma **dal 7 al 13 ottobre**, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un **accordo** che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il **Master in Marketing Comunicazione e Design** rappresenta il primo importante tassello.

TESTATA: E20express.it

DATA: 10 ottobre 2013

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

**'Nudi o vestiti? – Comunicare con il packaging' –
Informazioni**

Dal 10 al 18 ottobre 2013

*Dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 19; sabato dalle 9 alle
12*

Castello del Valentino

Viale Mattioli, 39 - 10125 Torino

Seminario

Giovedì 10 ottobre ore 17

Inaugurazione mostra

Giovedì 10 ottobre ore 19

info: info@nudiovestiti.it

TESTATA: La Repubblica

DATA: 10 ottobre 2013

PAGINA: XII

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

TUTTO SUL PACKAGING

Si apre alle 17 al Castello del Valentino la mostra «Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging» in programma fino al 18 ottobre, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del pack di un prodotto.

TESTATA: Zipnews.it

DATA: 10 ottobre 2013

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

Si apre al Castello del Valentino di Torino la mostra "Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging" in programma fino al 18 ottobre, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del pack di un prodotto.

Packaging: ovvero quando il successo di un prodotto lo fa il primo impatto

Per il successo di un prodotto, quale che sia il suo genere d'appartenenza, la qualità conta. Eccome. Ma un ruolo importante lo gioca anche il «primo impatto». Insomma, l'aspetto esteriore. La confezione. O meglio, come si dice in termini moderni, il *packaging*. E proprio questo è il tema dell'appuntamento - organizzato da Politecnico e Club della Comunicazione d'Impresa - intitolato «Nudi o vestiti». Una mostra che ha aperto ieri i battenti al Castello del Valentino, ma che proseguirà fino al 18 ottobre, stimolando l'indagine e il dialogo sul ruolo del packaging come strumento di comunicazione «Il packaging - spiegano gli organizzatori - viene spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, mentre è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità».

Proprio nella giornata di ieri, la tematica è stata affrontata in occasione di un seminario durante il quale il pubblico ha potuto assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che hanno raccontato quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

La mostra, invece, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, vede esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste sette specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare. All'interno dell'esposizione, inoltre, spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Un trampolino di lancio per scovare i futuri esperti in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, ovviamente, è inserita all'interno del programma della sesta edizione della Torino Design Week.

[MSci]

E' possibile comunicare con il packaging? Sarà il tema della mostra "Nudi o vestiti?" – dal 10 al 18 ottobre, Torino

Inserito da Daniela Mangiulli il 11-10-2013



Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di **impatto ambientale** negativo, è invece un **prodotto di design carico di valori e funzioni**, oggi molto attento anche alle questioni di **sostenibilità**.

E' questo il tema della mostra "Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il **Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di **Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa**, è caratterizzato, nella giornata inaugurale di **giovedì 10 ottobre**, da un **seminario** durante il quale il

pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

La mostra, curata da **Silvia Barbero** e **Paolo Tamborini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: **Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia**. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'**Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino**, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli **eventi** più attesi tra quello "off" della manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

E' possibile comunicare con il packaging?

Ott 11th, 2013 | Di Altri | Categoria: Packaging



Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra "Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A partire dalle ore 17:00 si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, Rocco Curto, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, Luca Glebb Miroglio, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, Lino Bergesio, Direttore Creativo dell'Agenzia ARC'S, Tiziana Bonomo e Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa e Silvia Barbero e Paolo Tamborini, Politecnico di Torino.

A seguire ci sarà l'inaugurazione ufficiale della mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali.

La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un accordo che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il Master in Marketing Comunicazione e Design rappresenta il primo importante tassello.

Packaging bello e sostenibile. Una mostra a Torino dal 10 al 18 ottobre



Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di **impatto ambientale** negativo, è invece un **prodotto di design carico di valori e funzioni**, oggi molto attento anche alle questioni di **sostenibilità**.

E' questo il tema della mostra **"Nudi o vestiti?"** in programma a Torino **dal 10 al 18 ottobre** presso il **Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di **Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa**, è caratterizzato, nella giornata inaugurale **giovedì 10 ottobre**, da un **seminario** durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

La mostra, curata da **Silvia Barbero e Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: **Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia**. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'**Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino**, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli **eventi** più attesi tra quello "off" della manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.



12 Ottobre 2013 - 13:30

NOTIZIE - Letto: 211 volte

E' possibile comunicare con il packaging?

Fino al 18 ottobre la mostra "Nudi o vestiti?", a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione.

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. E' questo il tema della mostra "Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, è caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore. La mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi tra quello "off" della manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

E' POSSIBILE COMUNICARE CON IL PACKAGING?

BY GBN NEWS – 12 OTTOBRE 2013
POSTED IN: PARLA SCRIVI COMUNICA



Fino al 18 ottobre la mostra "Nudi o vestiti?", a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione.

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un **prodotto di design carico di valori e funzioni**, oggi molto attento anche alle

questioni di **sostenibilità**.

E' questo il tema della mostra **"Nudi o vestiti?"** in programma a Torino **dal 10 al 18 ottobre** presso il **Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di **Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa**, è caratterizzato, nella giornata inaugurale di **giovedì 10 ottobre**, da un **seminario** durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio



contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore. La mostra, curata da **Silvia Barbero e Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: **Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia**. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.



All'interno dell'esposizione, ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con **l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino**, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico.

Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi tra quello "off" della manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

TESTATA: Il Giornale del Piemonte

DATA: 13 ottobre 2013

PAGINE: 1; 9

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

UNIVERSO PACKAGING

La «scatola magica» tra stile e funzionalità

Massimiliano Sciuolo a pagina 9



IN MOSTRA Al Castello del Valentino un'esposizione racconta la storia e il futuro del packaging

ECONOMIA & DESIGN

«Non solo bello, ma utile: ecco la magia dentro una scatola»

Tra storia e innovazione, il packaging è protagonista al Castello del Valentino

MASSIMILIANO SCIULLO

Grandi marchi da una parte, grandi idee dall'altra. Il punto di congiunzione, di questi tempi, si chiama packaging: uno stile, non solo una semplice confezione, che porta con sé l'estetica, la funzionalità e il rispetto dell'ambiente. Un universo ampio, molto più ampio di quello che si possa pensare, che in questi giorni si mette in mostra con «Nudi o vestiti?», tra passato e presente, presso il Castello del Valentino. Un'esposizione curata dal Club della Comunicazione d'impresa e dal Politecnico di Torino, dipartimento di Architettura e design. Paolo Tamborini, ricercatore e docente

EVOLUZIONE

Paolo Tamborini: «Dal semplice involucro, si può arrivare a essere parte integrante del prodotto»

dell'ateneo con un corso dedicato alla comunicazione e uno all'innovazione, è il curatore insieme a Silvia Barbero. Professor Tamborini, come si intreccia la storia del packaging con quella di un territorio come il nostro? «Beh, il packaging ha una storia che è per sua natura internazionale. Proprio per questo nella nostra mostra, su una cinquantina di progetti esposti, ce ne sono anche provenienti dall'Australia, dagli Stati Uniti e dal resto dell'Europa. Ma c'è anche molto Piemonte, a cominciare dagli esempi che hanno accompagnato sul mercato aziende del territorio come Ferrero, Lavazza, Costadoro o Vergnano. La Ferrero con il classico vasetto della Nutella, che rappresenta un must, mentre Lavazza compare con il caso di studio di «A modo mio», che abbina alle diverse tipologie di caffè una colorazione diversa che punta molto sulla percezione emozionale del consumatore. Costadoro compare con la

lattina classica che si vede nei bar, inserita direttamente all'interno del macinino. Discorso simile per Vergnano, che ha scelto di fare la sua lattina in polietilene e in trasparenza, abbinando dunque una rivoluzione nella presentazione del prodotto alla riciclabilità dei materiali utilizzati, dunque la sua sostenibilità ambientale».

Il packaging, dunque, non è solo design, ma è anche ricerca tecnologica.

«Certo, non è solo estetica o stile, ma anche funzionalità. Spesso il packaging risulta fondamentale anche nella fruizione, basta pensare alle modalità per portare a casa i prodotti sfusi. Ma la confezione spesso è fondamentale per allungare la vita del prodotto, visto che nuove tecnologie permettono di dosare senza sprechi il contenuto. Il packaging come oggetto d'uso è dunque emotivo, ma anche funzionale e in questo modo esprime la sua massima qualità al servizio dei consumatori».

Piemonte terra di produttori, ma siamo anche una culla di creativi?

«Abbiamo molte aziende che lavorano nella cartotecnica e che quindi vengono chiamate in causa quando si tratta di elaborare una confezione per un prodotto. Ma spesso i cosiddetti talenti in questo settore operano solo se inseriti in contesti già esistenti, come il centro stile di un'azienda oppure un'agenzia

specializzata. Il progetto di packaging, però, fino a oggi è stato visto come un passo successivo alla creazione del prodotto, lasciando uno spazio di manovra ridotto a chi deve inventare l'aspetto esteriore. Se invece i due processi camminassero di pari passo fin dal primo momento, allora il packaging potrebbe addirittura influenzare positivamente il prodotto finale. Forse è questa la direzione in cui andare, a livello di profili professionali e della loro spendibilità». Ma visto che delle confezioni si fa uso da tempi non sospetti, da quando si può invece parlare a pieno titolo di packaging?

«In linea teorica, si tratta di packaging fin dagli albori, quando in drogheria si compravano latte, biscotti o sapone e lì si doveva trasportare fino a casa. Già all'epoca i colori, le lattine, la carta e i materiali venivano scelti con un criterio estetico. Ma solo quando è entrata pesantemente in gioco la grande distribuzione, quindi gli anni Ottanta, il packaging è diventato un fenomeno vero e

proprio. Con la fine degli anni Novanta, infine, siamo arrivati a un approccio col packaging che tenga d'occhio anche l'impatto ambientale, della sua sostenibilità. E ai giorni nostri, in conclusione, possiamo dire di essere arrivati a una fusione di tutti i periodi precedenti, cui si aggiungono le nuove tecnologie, come dimostrano le possibilità delle etichette che, se lette da uno smartphone, consentono addirittura un'esperienza interattiva legata al prodotto. Questo, anche a livello didattico, è la nuova frontiera, che sta riscuotendo molto successo anche tra le giovani generazioni».

CREATIVE
In alto, le bottiglie Bigagnoli Wines con etichetta ad alta tecnologia. A lato, le salse Hugo hot's sauce, con etichetta che evidenzia l'aumento del piccante. Sotto, un dispenser della Method in plastica raccolta dall'oceano



E' possibile comunicare con il packaging?

WRITTEN BY LORENZO VETRIERI ON 13 OTTOBRE 2013. POSTED IN EDILIZIA



Fino al 18 ottobre la mostra "Nudi o vestiti?", a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione.

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di **inquinamento e di impatto ambientale negativo**, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. E' questo il tema della **mostra**

"Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, è caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per **progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante** ma anche onesto nei confronti del consumatore. La mostra, curata da **Silvia Barbero e Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc.**, suddivisi in differenti sezioni: **Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia.**

Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il **packaging può comunicare.**

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un **completo screening di packaging sostenibili e non**, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i **packaging del futuro,**

sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della **Torino Design Week**, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi tra quello "off" della manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

Alternativa Sostenibile: portale di informazione sullo sviluppo durevole e sostenibile.

DESIGN

Torino Design Week 2 / La mostra sul packaging

NUDIO VESTITI LA CONFEZIONE È IL MESSAGGIO

LORENZA CASTAGNERI

Due ruote
 Alla Design Week di Torino interessanti anche i prototipi di biciclette pieghevoli elaborati dagli studenti del corso di Product design dello Icd di Torino con il gruppo ferroviario francese Alstom. I progetti tengono conto dei futuri sviluppi della mobilità e di un sistema di trasporti sempre più intermodale, i cui protagonisti saranno il treno e, appunto, la bicicletta.

Mettiamola così: l'aspetto conta. Nel cibo, dove la mise en place è importante quanto la sostanza stessa del piatto cucinato, come nella vita di tutti i giorni. E allora non vorrete mica dire che nel commercio l'aspetto di un prodotto, o il suo contenitore sia secondario? «È fondamentale» dice oggi chi si occupa di comunicazione di impresa. A tal punto che il packa-

Minimalismo
 Qui a destra, un esempio del massimo di packaging «nudo»: il marchio è richiamato solo dall'incisione al laser direttamente sul prodotto.

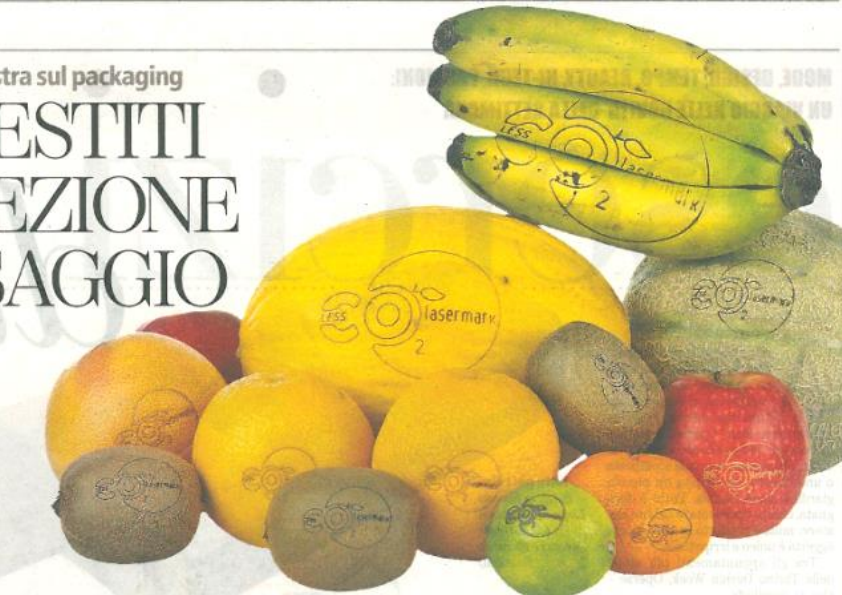
Cinquanta esempi di imballaggio innovativo: «Ma non si deve mai mentire sul contenuto»

ging è diventato oggetto di studio. È di design. Contenitori, involucri, etichette. Progettati e pensati in modo da raggiungere due obiettivi. Uno pratico, ovvero conservare e trasportare il prodotto nel modo più semplice e conveniente possibile, e uno emotivo. «Il packaging ha una grande valenza comunicativa. Aiuta il consumatore a entrare immediatamente in empatia con l'oggetto desiderato. Il più delle volte a farci preferire un prodotto piuttosto che un altro è proprio la confezione che, di fatto, è l'unica cosa che si vede», spiega Paolo Tamborini, ricercatore del dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino.

Insieme con la collega Silvia Barbero e in collaborazione con il Club della Comunicazione d'Impresa, è curatore della mostra «Nudi o Vestiti. È possibile comunicare con il packaging», tra gli eventi della Design Week, in programma fino al 18 ottobre al Castello del Valentino di Torino. Sono espone una cinquantina di esempi di imballaggio.

Ecco allora le buste di caffè di Rio Coffee con immagini diverse a seconda del tipo di miscela. Scopo dichiarato: suggerire, attraverso le fotografie, la percezione della bevanda. Ma questo non è l'unico esempio. C'è quello delle bottigliette a inca-

Funzioni
 Sopra, le buste di caffè Rio, molto raffinate, che puntano tutto sull'immagine; sotto, le funzionali bottiglie a incastro progettate da Btc Concept.



Immagini
 Sopra, le accattivanti bottiglie della sangria spagnola Lolea; a sinistra, la divertente scatola dei biscotti di Thelma's, a forma di forno.



stro, progetto di Btc Concept, che spicca per la sua funzionalità, o ancora la scatola di biscotti d'exporto di Thelma's, geniale per la sua forma: il creativo l'ha pensata rettangolare e disegnata come il forno in cui sono cotti i dolci. Oggetti vestiti con un abito originale, mai visto prima. E oggetti nudi, privi di protezione e di informazione. Almeno a prima vista. Perché su meloni, banane e arance il logo dell'azienda e i dettagli su luogo di produzione e sulla qualità sono contenuti tutti in un marchio laser, che permette di eliminare le etichette tradizionali. Tecnologie avanzate che, per di più, aiutano a risparmiare. «Sì perché si taglia-

no i costi sulla carta e sull'etichettatura. Una spesa in meno per l'azienda e, di conseguenza, un costo inferiore per il consumatore» aggiunge Tamborini. Uno dei concetti chiave quando si parla di packaging è la sostenibilità: di spesa per il confezionamento stesso, appunto, ma anche per i materiali utilizzati e in termini di limitazione dello spreco. Aspetti, questi, che il consumatore medio ha sempre più a cuore. Importante allora essere onesti. «Non si possono utilizzare confezioni enormi per tubetti di creme alti dieci centimetri - riflette Tamborini - non si deve mentire sul contenuto. Ma neanche sull'aspetto».

I consigli di Michele De Lucchi "Ragazzi, studiate i desideri della gente"

ANTONELLA MARUOTTI

«Questi giovani sono bellissimi, sono belle persone, fanno questi oggetti che piace vedere. Torino fa cose che Milano non riesce più a fare». Michele De Lucchi, architetto, è il signor Memphis, marchio Anni Ottanta di mobili ipergeometrici e coloratissimi. L'altro ieri il filosofo della creatività è stato ospite a «Operae», la mostra alle Ogr di Torino. Architetto, che ne pensa di questi ragazzi un po' creativi un po' artigiani?

«Sono un misto di capacità creative e imprenditoriali. Quando uno si mette a fare le cose in proprio vuol dire che ha dentro di sé una richiesta in più, uno stimolo a mettere le mani in pasta. Ma non chiamiamoli artigiani: l'artigiano non è il designer sperimentatore».

I mezzi della creatività sono cambiati rispetto alla sua esperienza, oggi ci sono stampanti in 3D, computer potenti...

«La tecnologia è straordinaria ed è una grande potenzialità per i giovani, arricchisce il loro atteggiamento mentale».

Quali le novità del design di questi ragazzi? Che differenza c'è tra loro e lei alla loro età? «Questa grande attenzione

agli aspetti della sostenibilità, il contatto con il mondo nel senso del paesaggio e con la natura, che io ai miei tempi non avevo. Però ho notato che non sanno a chi è dedicato ciò che fanno. Noi studiavamo lo stile di vita delle famiglie, dovevano farlo anche loro. Si deve studiare l'uomo di oggi, i suoi desideri e con la loro sensibilità troverebbero soluzioni straordinarie».

Li vede un po' autoreferenziali? «Sono tutti bellissimi ma le loro cose fanno pensare a uno stile di vita che non è il nostro e che non è riconoscibile nei fatti».

Invece voi come iniziavate il percorso creativo?

«Con ricognizioni del mercato, noi avevamo a disposizione le riviste che facevano una grande e attenta selezione per spingere le cose con un certo contenuto. Adesso c'è Internet e passa tutto, questo è il guaio. Non c'è più selezione».

Qual è il futuro del design? La piccola impresa? L'autoproduzione?

«Credo che l'industria rimarrà l'istituzione chiave per l'innovazione, vuol dire produrre, immagazzinare, vendere e comunicare. Dell'industria non si deve parlare male, chi lo fa non sa cosa dice. L'industria ha grande bisogno di rinnovarsi perché vive su questa capacità. Chi può fare questo se non il designer?».



E' POSSIBILE COMUNICARE CON IL PACKAGING?

14/10/2013

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra **"Nudi o vestiti?"** in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, è caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

La mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali. La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi tra quello "off" della manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

Packaging: fino al 18 ottobre la mostra Nudi o vestiti?

La mostra, a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione.

Pubblicata il: 14/10/2013 11:36
Redazione GreenCity



Il **packaging**, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra **Nudi o vestiti?** in programma a Torino **dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del pack di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.



La mostra, curata da **Silvia Barbero e Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.



All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'**Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino**, uno strumento questultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico.

GREEN NEWS
14/10/2013

Nudi o ben vestiti? Il dilemma del packaging in mostra a Torino

GIUSEPPE IASPARRA

Il *packaging* è visto da alcuni come un “**prodotto**” dall'impatto ambientale sempre e inevitabilmente negativo. Per altri invece può essere un **contenitore di design carico di valori e funzioni, potenzialmente adatto a veicolare anche gli aspetti di sostenibilità**. Questa seconda interpretazione è al centro della mostra “Nudi o vestiti?” in programma a Torino fino al 18 ottobre al Castello del Valentino.



L'esposizione, promossa da Politecnico di Torino (Dipartimento di Architettura e Design) e Club della Comunicazione d'Impresa, intende indagare il ruolo del *packaging* come strumento di comunicazione e di design, attento alla sostenibilità ambientale. La mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini, della Facoltà di Architettura, espone alcuni tra i migliori e più esemplificativi imballaggi di aziende suddivisi in differenti sezioni: **Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia**. **7 specificità che rappresentano le molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.**

«L'imballaggio – spiega Tamborrini - è uno strumento che può essere **utile alle aziende e al consumatore proprio per comunicare la sostenibilità**. Attraverso il packaging si possono comunicare, ad esempio, informazioni sul ciclo produttivo, su come funziona il prodotto e su come si ricicla il materiale. **Anzi è lo strumento informativo della sostenibilità stessa**. Tante informazioni possono passare attraverso il *packaging*. **La scelta di alcuni materiali, ad esempio la carta, o di alcuni colori, comunicano un mondo più sostenibile**. Nel caso del **trenino realizzato con un imballaggio, il packaging diventa anche uno strumento di formazione ed educazione**. L'idea che il bambino riutilizzi l'imballaggio e non lo butti è un modo per educare i più piccoli a crescere in maniera etica e senza sprechi».

Il Politecnico di Torino ha provato a **misurare la sostenibilità del packaging partendo da due approcci**: uno quantitativo e uno qualitativo. «Quello **quantitativo** – precisa Tamborrini – si realizza **andando a fare una lettura sia funzionale sia ambientale dell'imballaggio**. Si analizza quindi il peso del packaging rispetto al contenuto, la composizione dell'imballaggio, la separazione dei materiali, il rapporto tra i volumi. **Un'altra parte dell'analisi riguarda la comunicazione**. I colori, le immagini, i *font* che vengono utilizzati ma anche le funzioni comunicative (appellativa, persuasiva, indettificativa e informativa). In qualche modo **andiamo a calcolare quali sono le funzionalità della comunicazione**. Questo lavoro ci permette di avere alla fine **una tabella comparativa sul packaging in cui cerchiamo di giudicare quelli sostenibili e quelli insostenibili**».

Ma è il materiale a rendere sostenibile o meno l'imballaggio? «Non esiste un materiale sostenibile e un altro insostenibile. **Dipende dal modo in cui si utilizza l'imballaggio** – spiega il curatore - **Se la bottiglia di vetro per il latte la riutilizzo parecchie volte è sicuramente più sostenibile di un altro materiale. Se invece la butto il discorso cambia**. La bottiglia di vetro è, però, più pesante di un imballaggio di plastica».

Negli ultimi anni, secondo Tamborrini, il *packaging* ha fatto grandi **passi avanti sul tema della sostenibilità** e un aspetto che si è particolarmente affermato riguarda la sua **riciclabilità**:
«Attualmente chi produce un *packaging* si pone innanzitutto il problema della riciclabilità. **Oggi si cerca di avere pochi materiali facilmente separabili, che in qualche modo rispecchino le esigenze della raccolta differenziata.** Tuttavia **non è facile comunicare al consumatore questo argomento**. Nei nostri studi facciamo anche l'analisi per capire se la comunicazione sulla riciclabilità (con i simboli presenti sulle confezioni) sia una comunicazione che funziona oppure no».

Quali aspetti serve dunque migliorare? «In termini di riciclabilità occorre **semplificazione** – prosegue Tamborrini – **perché, di fatto, la comunicazione sulla raccolta differenziata funziona in maniera diversa a seconda dei comuni.** È difficile per un'azienda comunicare in maniera trasversale a tutti per fare capire esattamente di cosa è fatto quell'imballaggio». In tema di **sostenibilità generale** dell'imballaggio invece **occorre lavorare di più sull'integrazione tra prodotto e *packaging*.**

«Capita ancora che il prodotto venga, pensato, progettato e realizzato. Solo a quel punto si dice: "Devo imballarlo, come faccio?". Interviene un'agenzia di comunicazione che non può fare altro che mettere il prodotto in una scatola. Sarebbe interessante – conclude Tamborrini - **lavorare in un'integrazione tra la forma-funzione del packaging per ottimizzare e ridurre il più possibile i consumi e gli spazi vuoti.** Sono merci che si trasportano. Trasportare merce vuota con dell'aria non ha molto senso».

Packaging: fino al 18 ottobre la mostra Nudi o vestiti?

Il **packaging**, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità. E' questo il tema della mostra **"Nudi o vestiti?"** in programma a Torino **dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino**, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.



La mostra, curata da **Silvia Barbero e Paolo Tamborrini** del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

TESTATA: Clic Medicina

DATA: 15 Maggio

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione



All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con **l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino**, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico.

Nudi o vestiti? La mostra per un packaging sostenibile

iCal Import

Inizio: 10 Ottobre 2013

Locale: Castello del Valentino

Fine: 18 Ottobre 2013

Indirizzo: Torino

Il **packaging**, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di **sostenibilità**.

E' questo il tema della mostra "**Nudi o vestiti?**" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.



Packaging sostenibile - A

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, è caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare **un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore**.

La mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come **Ferrero, Costadoro, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni**, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.



TESTATA: Paper.li

DATA: 15 ottobre 2013

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

The #Packaging Daily

All the packaging news from the twittersphere, in one handy, daily newspaper.

La Stampa - Nudi o ben vestiti? Il dilemma del packaging in mostra a Torino



Shared by
Glebb & Metzger



lastampa.it - Il packaging è visto da alcuni come un "prodotto" dall'impatto ambientale sempre e inevitabilmente negativo. Per altri invece può essere un contenitore di design carico di valori e funzioni, poten...

A Torino per comunicare con il packaging

Fino al 18 ottobre il Castello del Valentino di Torino ospita la mostra 'Nudi o vestiti', progetto a cura del Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa, che approfondisce il ruolo del packaging quale strumento di comunicazione

16 Ottobre 2013

Si è inaugurata il 10 ottobre la mostra 'Nudi o vestiti?', a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, che intende indagare e far dialogare sul ruolo del packaging quale strumento di comunicazione, considerando quest'ultimo come prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

La manifestazione, aperta fino al 18 ottobre presso il Castello del Valentino (TO), racconterà i molteplici aspetti del progetto di confezionamento di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

La mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborrini del Politecnico di Torino, vede in esposizione alcuni tra i più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia.

All'interno dell'esposizione è dato spazio anche alle proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento che unisce ricerca teorica e insegnamento, realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non.

La mostra è inserita all'interno della sesta edizione della Torino Design Week (terminata il 13 ottobre).

FOCUS

16/10/2013 - TORINO DESIGN WEEK. LA MOSTRA SUL PACKAGING

Nudi o vestiti la confezione è il messaggio

Cinquanta esempi di imballaggio innovativo: "Ma non si deve mai mentire sul contenuto"

LORENZA CASTAGNERI

Mettiamola così: l'aspetto conta. Nel cibo, dove la mise en place è importante quanto la sostanza stessa del piatto cucinato, come nella vita di tutti i giorni. E allora non vorrete mica dire che nel commercio l'aspetto di un prodotto, o il suo contenitore sia secondario?

«È fondamentale» dice oggi chi si occupa di comunicazione di impresa. A tal punto che il packaging è diventato oggetto di studio. E di design. Contenitori, involucri, etichette. Progettati e pensati in modo da raggiungere due obiettivi. Uno pratico, ovvero conservare e trasportare il prodotto nel modo più semplice e conveniente possibile, e uno emotivo. «Il packaging ha una grande valenza comunicativa. Aiuta il consumatore a entrare immediatamente in empatia con l'oggetto desiderato. Il più delle volte a farci preferire un prodotto piuttosto che un altro è proprio la confezione che, di fatto, è l'unica cosa che si vede», spiega Paolo Tamborrini, ricercatore del dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino.

Insieme con la collega Silvia Barbero e in collaborazione con il Club della Comunicazione d'Impresa, è curatore della mostra «Nudi o Vestiti. È possibile comunicare con il packaging», tra gli eventi della Design Week, in programma fino al 18 ottobre al Castello del Valentino di Torino. Sono esposte una cinquantina di esempi di imballaggio.

Ecco allora le buste di caffè di Rio Coffee con immagini diverse a seconda del tipo di miscela. Scopo dichiarato: suggerire, attraverso le fotografie, la percezione della bevanda. Ma questo non è l'unico esempio. C'è quello delle bottigliette a incastro, progetto di Btc Concept, che spicca per la sua funzionalità, o ancora la scatola di biscotti d'asporto di Thelma's, geniale per la sua forma: il creativo l'ha pensata rettangolare e disegnata come il forno in cui sono cotti i dolci.

Oggetti vestiti con un abito originale, mai visto prima. E oggetti nudi, privi di protezione e di informazione. Almeno a prima vista. Perché su meloni, banane e arance il logo dell'azienda e i dettagli su luogo di produzione e sulla qualità sono contenuti tutti in un marchio laser, che permette di eliminare le etichette tradizionali. Tecnologie avanzate che, per di più, aiutano a risparmiare. «Sì perché si tagliano i costi sulla carta e sull'etichettatura. Una spesa in meno per l'azienda e, di conseguenza, un costo inferiore per il consumatore» aggiunge Tamborrini.

Uno dei concetti chiave quando si parla di packaging è la sostenibilità: di spesa per il confezionamento stesso, appunto, ma anche per i materiali utilizzati e in termini di limitazione dello spreco. Aspetti, questi, che il consumatore medio ha sempre più a cuore. Importante allora è essere onesti. «Non si possono utilizzare confezioni enormi per tubetti di creme alti dieci centimetri - riflette Tamborrini - non si deve mentire sul contenuto. Ma neanche sull'aspetto».

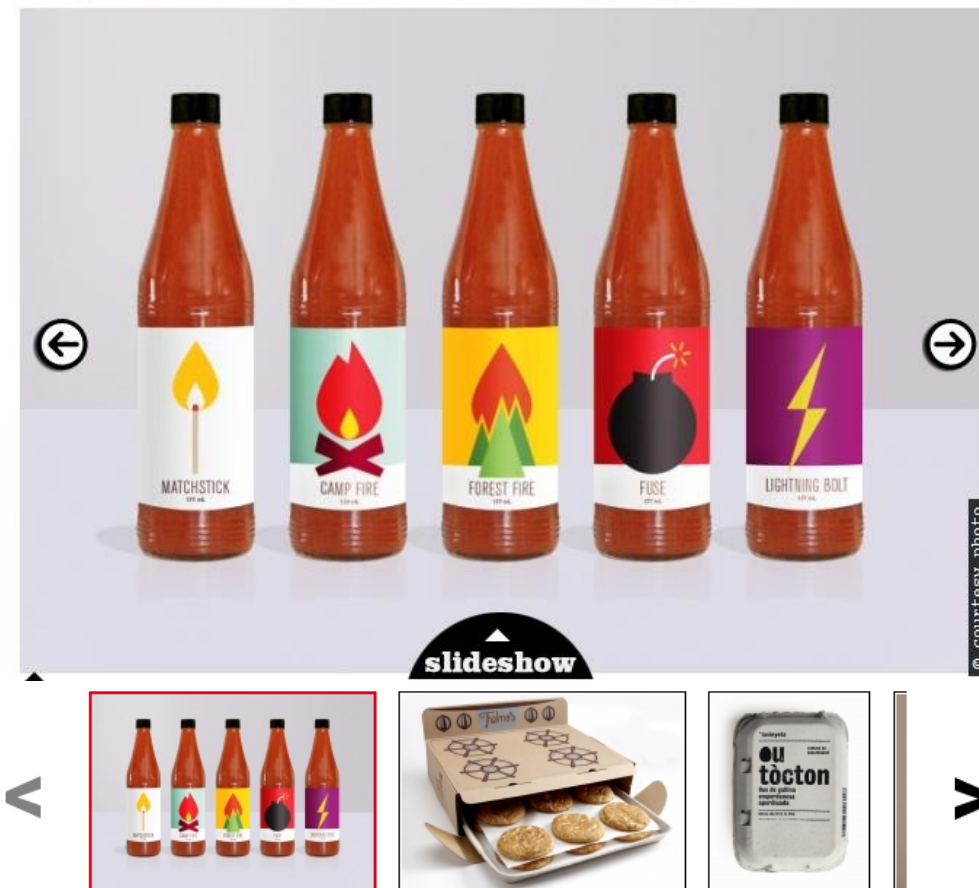


Un esempio del massimo di packaging "nudo": il marchio è richiamato solo dall'incisione al laser direttamente sul prodotto

+ Ecco i makers: molto digitali, un po' artigianali NADIA FERRIGO

Una mostra sul packaging

A Torino arriva Nudi o vestiti? carrellata sul design dei prodotti (che buttiamo).



DESIGN

Martedì 15 Ottobre 2013



Chi ha paura dell'imballaggio, quello che in questi mesi (finalmente) vive sotto assedio della raccolta differenziata? E chi, invece, lo difende e tutela come opera d'arte di visionari designer che in una scatola o in un'etichetta ci vedono quello che gli oggetti (da soli) non dicono? Fino al 18 ottobre a Torino una mostra interamente dedicata al **packaging** prova a definire lo stato di salute delle confezioni.

Nudi o vestiti? allestita al **Castello del Valentino** a cura del Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa, suona come la scodata fianle dell'edizione sabauda della design week (terminata il 13 ottobre): e come ogni buona conclusione lascia con un finale aperto, ancora in costruzione sembrerebbe sia per l'idea proposta che per l'allestimento della mostra stessa (un po' working in progress). Infatti il quesito si insinua lì, tra oggetti che usiamo (e buttiamo) tutti i giorni, di cui spesso non capiamo tutte le qualità. Aziende come **Ferrero**, **Lavazza** e **L'Oreal** hanno prestato i loro prodotti per una mostra articolata in sette sezioni che coprono esattamente l'intero percorso di tetrapack, alluminio, plastica: forma, colore, sostenibilità, funzionalità, immagine, materiale e tecnologia. Quale di queste pensate di non aver mai trovato in un packaging? E a quale di queste "opzioni" sareste disposti a rinunciare per salvaguardare l'ambiente?

How to: Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging, fino al 18 ottobre, Castello del Valentino, Torino.

Beyond the label: il progetto di Nestlé per capire come leggere le etichette.

Manuela Ravasio

TAG: mostra, torino, design

Operae 2013 - Independent Design Festival (part2.)



Prosegue la nostra rassegna sull'edizione 2013 di Operae, festival del design indipendente e autoprodotta che quest'anno si è tenuto alle OGR di Torino, una location certamente più spaziosa della pur suggestiva Cavallerizza. Molto interessanti le proposte degli oltre settanta espositori, di cui vi proponiamo una rapida selezione. Se vi siete persi la prima puntata la trovate [QUI](#).

Tra le manifestazioni collaterali, la mostra "Nudi o vestiti? Comunicare con il packaging", al Castello del Valentino, fino 18 ottobre. L'ingresso è libero, dalle 10 alle 19.

TESTATA: Ecoditorino.org

DATA: 17 ottobre 2013

Glebb & Metzger
l'impresa di comunicazione

Nudi o vestiti? (10-18 ottobre)

A cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa.

Il packaging come strumento di comunicazione.

Esposizione di alcuni dei più importanti pack aziendali come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, eccetera, divisi per Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia.

Castello del Valentino, viale Mattioli 39, Torino

Lunedì-venerdì (ore 10-19 e sabato ore 9-12)

Info: email ecodesign@polito.it

Il packaging, spesso accusato di essere responsabile di inquinamento e di impatto ambientale negativo, è invece un prodotto di design carico di valori e funzioni, oggi molto attento anche alle questioni di sostenibilità.

E' questo il tema della mostra "Nudi o vestiti?" in programma a Torino dal 10 al 18 ottobre presso il Castello del Valentino, che racconterà i molteplici aspetti del progetto del "pack" di un prodotto, dalle emozioni alle tecnologie, passando per la funzionalità e l'utilizzo di materiali di ultima generazione.

Il Progetto a cura di Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design e Club della Comunicazione d'Impresa, sarà caratterizzato, nella giornata inaugurale di giovedì 10 ottobre, da un seminario durante il quale il pubblico potrà assistere agli interventi di figure professionali d'impresa, progettisti e studiosi dei comportamenti che racconteranno quali sono le strade possibili per progettare un imballaggio contemporaneo, funzionale, accattivante ma anche onesto nei confronti del consumatore.

A partire dalle ore 17:00 si alterneranno nella Sala d'Onore di Viale Mattioli 39, Rocco Curto, Direttore del Dipartimento Architettura e Design del Politecnico di Torino, Luca Glebb Miroglio, Presidente del Club della Comunicazione d'Impresa, Giulia Ceriani, Presidente Baba Consulting - ricerche e scenari di mercato, Laura Migliore, Direttore Ricerche L'Oreal Italia, Lino Bergesio, Direttore Creativo dell'Agenzia ARCS, Tiziana Bonomo e Felice Polarolo, Club della Comunicazione d'Impresa e Silvia Barbero e Paolo Tamborini, Politecnico di Torino.

A seguire ci sarà l'inaugurazione ufficiale delle mostra, curata da Silvia Barbero e Paolo Tamborini del Politecnico di Torino, che vedrà esposti alcuni tra i migliori e più esemplificativi pack di aziende come Ferrero, Lavazza, L'Oreal, Fedrigoni, ecc., suddivisi in differenti sezioni: Forma, Colore, Sostenibilità, Funzionalità, Immagine, Materiali e Tecnologia. Queste 7 specificità non sono solo le categorie in cui verranno raggruppati pack provenienti da tutto il mondo, ma anche le testimonianze concrete delle molteplici possibilità con cui il packaging può comunicare.

All'interno dell'esposizione ci sarà spazio anche per le proposte progettuali elaborate dagli studenti del Corso di Laurea in Design e Comunicazione in collaborazione con l'Osservatorio Ecopack del Politecnico di Torino, uno strumento quest'ultimo che unisce ricerca teorica e insegnamento realizzando un completo screening di packaging sostenibili e non, in parte aggiornato proprio dagli studenti del corso, in modo da permettere loro di lavorare a diretto contatto con i ricercatori e professionisti del settore e di sviluppare il proprio senso critico. Chissà se tra di loro non possano esserci i designer in grado di elaborare i packaging del futuro, sempre più sostenibili e ricchi di contenuti culturali.

La mostra, inserita all'interno del ricco programma della sesta edizione della Torino Design Week, in programma dal 7 al 13 ottobre, sarà uno degli eventi più attesi dell'intera manifestazione e farà di Torino la capitale indiscussa del packaging per un'intera settimana.

Questa esposizione rappresenta il punto di partenza di una serie di convenzioni tra Politecnico di Torino e Club della Comunicazione d'Impresa: recentemente è stato infatti firmato un accordo che porterà le due realtà a realizzare numerose collaborazioni future, di cui il Master in Marketing Comunicazione e Design rappresenta il primo importante tassello.

"NUDI O VESTITI? - COMUNICARE CON IL PACKAGING"

dal 10 al 18 OTTOBRE 2013

dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 19.00; sabato dalle 9.00 alle 12.00

Castello del Valentino

Viale Mattioli, 39 - 10125 Torino - Italia

SEMINARIO

giovedì 10 ottobre ore 17.00

INAUGURAZIONE MOSTRA

giovedì 10 ottobre ore 19.00

info: info@nudiovestiti.it

**MODE, DESIGN, TEMPO, BEAUTY, HI-TECH, PASSIONI:
UN VIAGGIO NELLE NOVITA' DELLA SETTIMANA**

MODE

■ Basta con le borse buffe e iperdecore: i nuovi accessori fashion di tendenza riscoprono la serietà e la geometria; e sempre a proposito di accessori, le scarpe su misura ora si provano in tre dimensioni
Amapane e Del Santo PAGINA 21

HI-TECH

■ Spengo la luce e accendo un ebook: i nuovi lettori per libri elettronici ora si possono leggere anche al buio
Ruffilli PAGINA 22

PASSIONI

■ Martedì apre il nuovo avamposto milanese di Hermès, più grande e più bello: le griffe globali puntano sull'Italia
Ricotta Voza PAGINA 22

DESIGN

■ Oggi si chiude la Torino Design Week, che in varie sedi della città ha proposto il meglio della giovane creatività internazionale, quella che noi raccontiamo in queste pagine e in quella che segue
Castagneri e Mariotti
PAGINA 20

esercizi di

NADIA FERRIGO

Artigiani con la passione del design, designer che amano sporcarsi le mani e giovani inventori capaci di fondere la cultura digitale con l'arte manifatturiera. Ecco Operae, il festival del design indipendente e autoprodotta: che sia una lampada scomposta o una libreria che ospita un piccolo giardino, poco cambia. Tutto è disegnato, creato e presentato dal suo ideatore: nulla è prodotto in serie e ogni oggetto è unico e irripetibile.

Tra gli appuntamenti più attesi della Torino Design Week, Operae - che si conclude questa sera - raccoglie i successi e le speranze di più di settanta giovani espositori. Un piccolo esercito di «makers» approdati alle Officine Grandi Riparazioni di Torino, decisi a convincere più che a stupire.

Per capire di che si tratta, meglio partire dai padroni di casa, i ragazzi di Fab Lab, laboratorio torinese aperto al pubblico e alle aziende dove chiunque può costruire quel che desidera. «Creiamo oggetti che servono a creare altri oggetti. Esempi? Frigoriferi, barche, macchine da corsa: tutto quel che si può scomporre è fabbricato da grandi macchinari industriali, identici a quelli che costruiamo noi, solo che i nostri sono decisamente più piccoli. Essere un «maker» significa proprio questo, produrre da soli ciò di cui si ha bisogno - spiega il presidente dell'associazione Enrico Bassi -. Nel nostro laboratorio si incontrano pensionati, architetti e ingegneri: condividiamo il sapere. Negli ultimi due anni, in Italia sono nati una ventina di progetti come il nostro, è una cultura in continua espansione».

«Disegno il progetto, cerco i materiali, realizzo il prototipo e lo presento al pubblico. Quel che di solito fa un'azienda, lo faccio da sola. Non è semplice, ma funziona - rac-

Antonella Di Luca: «Disegno, cerco i materiali, realizzo il prototipo: una persona fa ciò che faceva un'azienda»

conta Antonella Di Luca, designer bolognese con alle spalle una lunga esperienza nello studio del celebre architetto Massimo Iosa Ghini -. A Operae presento Citybook, una libreria in lamiera composta da tre moduli molto semplici, ma che possono combinarsi in un'infinita varietà di soluzioni, così da adattarsi a ogni spazio.

L'antitesi dei prodotti in serie, quel che più lontano si può immaginare dal mondo della grande distribuzione. «Il nostro esordio coincide con una provocazione: rivoluzionare i mobili di Ikea. Abbiamo usato i moduli della multinazionale svedese, ma montati in maniera alternativa: il barattolo da cucina è diventato il piedino di un mobile - spiega Francesco Pepa, a Macerata ideatore, con Elia Maurizi, del marchio Teste di Legno -. In tanti ci hanno chiesto di acquistare i pezzi, così abbiamo iniziato a presentare anche quel che abbiamo ideato e costruito noi, fin dall'inizio».

C'è chi da anni lavora nel mondo del design, chi invece è alla sua prima esperienza. Mauro Savoidi, in arte Johnny Hermann, designer milanese modellista e arredatore, da due anni è anche produttore: i suoi ghiaccioli da esposizione, realizzati in legno in edi-



Tutto per i libri
Sotto, la libreria Linea di Mingardo (di Antigone Acconci e Riccardo Bastiani)



Arte e artigianato
Il «ghiacciolo» in legno del milanese Mauro Savoidi, in arte Johnny Hermann

ECCO I MAKERS MOLTO DIGITALI UN PO' ARTIGIANI

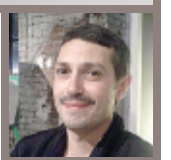
I giovani del festival Operae alla Torino Design Week fanno tutto da sé: ora i creativi si sporcano le mani



Dalla Svezia centrale
Qui sopra, Seven, il tavolino-sgabello dei tre giovani creativi svedesi Lith Lith Lundin, designer e produttori



Che combinazione
Philipp Beisheim (Sudafrica) presenta la serie Servus, che combina sorprendentemente i singoli pezzi d'arredamento



In coppia
Francesco Pepa è una delle due Teste di Legno: sopra, un loro progetto



Fare luce
La lampada-attaccapanni Dock Lamp (sotto) è un progetto del portoghese Manuel Amaral Netto



Designer di notte
Francesco Rossi ha progettato le sedute in acciaio rilegate con cordino anni Settanta



zione limitata, firmati e numerati, sono esposti anche a New York. «Il nostro è un lavoro artigianale - racconta -. Siamo appassionati d'arte contemporanea, ma anche falegnami d'altri tempi». Fabbro, figlio di fabbri, fin da piccolo conquistato «dagli attrezzi che lanciavano fuoco e fiamme nel laboratorio del babbo», Francesco Rossi, bolognese, presenta la sua collezione di sedie e tavolini con struttura in ferro, rilegate da

tubicini di plastica colorati che ricordano i caffè degli Anni Ottanta. «Il mio marchio è Night Created Design proprio perché inizio a creare la notte, quando finisco di lavorare - racconta -. Credo che quello sia un buon momento per i prodotti di design autoprodotta. Siamo abituati all'arredamento seriale, dove tutto si somiglia, ma può bastare un pezzo unico per sconvolgere l'aspetto di una stanza». A ognuno il suo.