

Fieramente locali: imballaggi in carta e cartone

*Original*

Fieramente locali: imballaggi in carta e cartone / Ceppa, C., Marino, G.P.. - In: GRAPHICUS. - ISSN 2282-4545. - ELETTRONICO. - 1071:2(2013), pp. 19-20.

*Availability:*

This version is available at: 11583/2521106 since:

*Publisher:*

Associazione culturale Progresso Grafico

*Published*

DOI:

*Terms of use:*

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

*Publisher copyright*

(Article begins on next page)

# GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

ISSN 2282 4545

1070 / 0002

*Pack issue*

NOVEMBRE 2013



**Direttore responsabile:**

Mario Mercalli

**Direttore editoriale:**

Paolo Tamborrini

**Comitato scientifico:**

Fiorella Bulegato  
 Francesca Comisso  
 Silvio Saffirio  
 Anna Somers Cocks  
 Enrico Tallone  
 Riccardo Viale

**Comitato di redazione:**

Pier Paolo Peruccio  
 Luciano Lovera  
 Vittorio Merlo  
 Pier Giuseppe Molinar

**Redazione:**

Miriam Bicocca  
 Raffaella Perinetti

**Art direction:**

Alessandro Di Benedetto

**Impaginazione:**

Fabrizio Morra  
 Giuliano Scornavacche  
 Alice Turina

ISSN 2282 4545

iscritto al Registro dei Giornali e  
 Periodici del Tribunale di Torino n. 655  
 del 20.09.1951

1 – *Editoriale*

## PACK ISSUE

di PAOLO TAMBORRINI

2 – *Impresa*

## UNA LEADERSHIP TUTTA ITALIANA

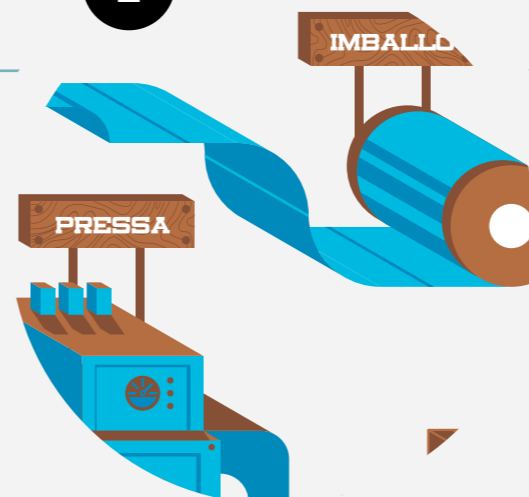
di PAOLO CAPELLI

3 – *Opinione*

## UN PACKAGING SEMPRE PIÙ COMUNICATIVO

di PIETRO LIRONI

2



Avvolgitrice per caramelle,  
 confezionamento a doppio fiocco

Il film è svolto da bobina, tagliato a misura  
 e avvolto attorno alla caramella, quindi i  
 lembi laterali sono ritorti per stabilizzare  
 l'avvolgimento.

5 – *Ricerca*

## IL RUOLO DEL PROGETTISTA

di MIRIAM BICOCCA

6 – *Progetto*

## LA FORMA DEL PACKAGING

di GIOVANNI BRUNAZZI

4 – *Tecnologia*

## PACKAGING E TECNOLOGIA

di AMINA PERENO

7 – *Impresa*

## FUNZIONALITÀ, STILE E INNOVAZIONE

di MARIO MERCALLI

7



8 – *Il Packaging Italiano*

## PROTEGGERE L'ALTA GAMMA

 di VITTORIO MERLO  
 e PIER PAOLO PERUCCIO

 9 – *Etichette italiane*

## IL MONDO DELLE ETICHETTE TRA PASSATO E FUTURO

di PIERGIUSEPPE MOLINAR

In copertina:  
 Outòcton, Senyor Estud, Celler La Vinyeta, 2010  
 Confezione per uova autoctone realizzata con un sistema di stampa a timbro che conferisce al prodotto un aspetto rustico e imperfetto, adatto a comunicare la tipologia di prodotto contenuto.

© photos: Senyor Estud / Roger Lleixà

 10 – *Sostenibilità*

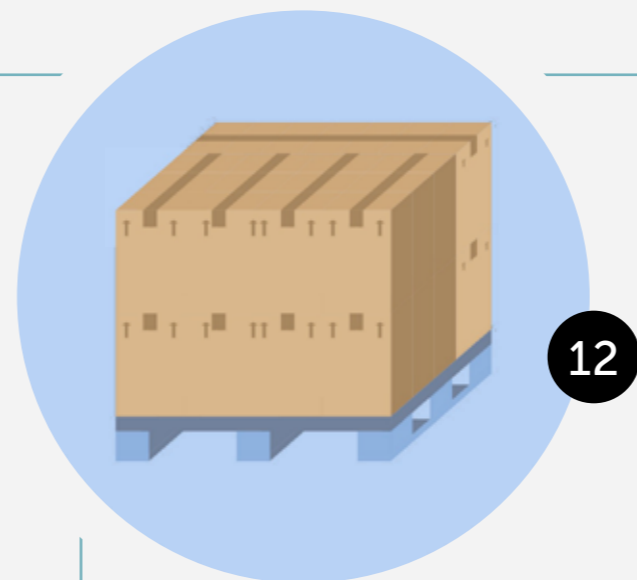
## FIERAMENTE LOCALI: IMBALLAGGI IN CARTA E CARTONE

 di CLARA CEPPA  
 e GIAN PAOLO MARINO

 11 – *Ricerca*

## PACKAGING E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

di SILVIA BARBERO


 12 – *Formazione*

## DALL'UNIVERSITÀ AL MONDO DEL LAVORO

di VITTORIO MERLO

 13 – *Scuole*

## CORSI DI PACKAGING DESIGN

 14 – *Opinione*

## PENSANDO A GRAPHICUS

di GIORGIO SEBASTIANO BRIZIO

 ASSOCIAZIONE CULTURALE  
 PROGRESSO GRAFICO

**Presidente:**  
 Renato Boglione

[www.progressografico.it](http://www.progressografico.it)

 POLITECNICO DI TORINO  
 DIPARTIMENTO DI  
 ARCHITETTURA E DESIGN

[www.polito.it/design](http://www.polito.it/design)
**Contatti:**  
 c.so Settembrini 178 ,  
 10135 – Torino (TO)

[www.graphicusmag.it](http://www.graphicusmag.it)  
[info@graphicusmag.it](mailto:info@graphicusmag.it)

## FIERAMENTE LOCALI: IMBALLAGGI IN CARTA E CARTONE

di CLARA CEPPEA  
e GIAN PAOLO MARINO

**Quando qualità e appartenenza al territorio passano attraverso il packaging**

GRAPHICUS

**C**on la diffusione della plastica quale materiale d'imballaggio per eccellenza, i packaging in carta e cartone sugli scaffali dei supermercati sono stati costretti a celarsi dietro vesti grafiche invasive, coprenti, così da rendersi accattivanti agli occhi degli acquirenti. Negli ultimi anni stiamo assistendo ad un importante cambio di rotta verso un impiego più responsabile e creativo di queste materie prime così versatili e ecosostenibili.

Ma la vera novità nel campo dell'imballo in carta e cartone è quello che vede impegnate in prima linea non le grandi multinazionali, quanto invece le medio-piccole realtà aziendali che producono alimenti di nicchia e di alta qualità garantita; sono le vere portatrici/promotrici di innovazione in campo di green-pack. La volontà di appartenere ad uno stesso territorio e di veicolare sul mercato prodotti, le cui alte qualità gustative ed organolettiche sono le dirette conseguenze di un grande amore per la terra e le tradizioni locali, hanno stimolato la creatività da parte dell'intera catena produttiva della progettazione e realizzazione dei packaging.

Se in passato alla piccola produzione era associato l'immaginario di imballaggio di bassa categoria, oggi si tende a valorizzare il prodotto contenuto secondo modalità differenti. Ciò significa che si tende a dare maggiore importanza alla trasmissione dell'essenza vera e propria del prodotto contenuto e della sua qualità. Questi nuovi imballaggi, per quanto magari semplici nelle loro geometrie, sono portatori di messaggi nuovi rispetto a quelli destinati ai mercati di massa. Si caratterizzano per un alto potenziale di riciclabilità, abbattimento delle cariche nocive date da collanti ed inchiostri, eliminazione

di sovra-imballi, inserimento di infografiche e di testi strettamente attinenti alla trasmissione delle indicazioni relative all'aspetto green del packaging, alla qualità delle materie prime (provenienza, tipologie di trattamento e di trasformazione, ...) e alle modalità di produzione.

L'imballo del Presidio Slow Food Italia della cipolla di Montoro rappresenta un esempio virtuoso in quanto risultato di una filiera del packaging rispettosa dell'ambiente, basata sull'utilizzo di materiali ecosostenibili e soprattutto reperiti sul territorio comunale di produzione che determina così un accorciamento della catena produttiva nell'ottica del principio di "filiera corta". Il concept per una confezione di tè proposto dalla designer slovacca Lucia Plevová, propone invece un gioco brillante di incastri che, seppur

**"Strumenti per diffondere nuove logiche di consumo"**



Presidio Slow Food Italia della cipolla di Montoro della Società Semplice Agricola Gaia



Concept per l'imballo di tè sfuso o in cialde

semplici, garantiscono appieno la solidità della confezione e assicurano allo stesso tempo un'ottima conservazione del prodotto contenuto.

Esso, inoltre, incarna appieno i principi dell'ecosostenibilità in quanto realizzato con materiali di scarto, quali tubi in cartone combinati con fogli in cartoncino stampato con grafiche dai colori accattivanti.

Spostandoci oltre il Canale della Manica si trovano altri

esempi interessanti di imballi progettati e realizzati abbracciando logiche green.

I packaging divengono quindi strumenti per diffondere nuove logiche di consumo e stili di vita più rispettosi dell'ambiente. È il caso inglese di Allotinabox, ovvero un set di semi di origine locale e di indicazioni pratiche per la coltivazione del proprio orto per chi vive in città. Il tutto imballato a mano in una confezione riciclabile e biodegradabile al 100%, realizzata con materiali riciclati e stampata con inchiostri non nocivi.

Considerando quindi l'imballo non come semplice involucro ma come strumento comunicativo e veicolatore di informazioni riguardanti anche la qualità del prodotto contenuto, è interessante citare anche il Presidio Slow Food Italia del biscotto di Ceglie.

Il packaging presenta in etichetta tutte le informazioni previste dalla normativa vigente ma in aggiunta pone molta importanza ed enfasi sulle origini territoriali e locali di tutti gli ingredienti del prodotto perseguendo il concetto del "chilometro zero".



Confezione per semi realizzata a mano

Su di essa sono quindi indicate oltre ad una marchiatura ecologica, la tipologia di allergeni eventuali per la salvaguardia della salute dei consumatori "a rischio" (per esempio i celiaci) e il profuso impiego di ingredienti prodotti e/o acquistati sul territorio comunale di produzione.

Pertanto è auspicabile che in futuro vengano riportati sull'imballaggio nuovi dati legati maggiormente al rispetto dell'ambiente; è fondamentale

che ogni prodotto arrivi "sano" sulle nostre tavole così che la sua salubrità ci venga comunicata nel modo più trasparente possibile e con uno stile grafico il cui appeal stilistico sia un mezzo per veicolare la qualità delle merci e non la loro esterofilia superficiale.