

01 INTRODUZIONE AL PACKAGING

– Aspetti funzionali, estetici, materici e semiotici del packaging

- Funzionali: contenimento, protezione, trasporto, stoccaggio, utilizzo (ergonomia)

Le confezioni devono essere pratiche

- Estetici: bellezza, design, ergonomia, facilità d'uso, esposizione, conservazione (riuso)

Le confezioni entrano nelle nostre case e diventano degli oggetti

- Materici: smaltimento, riciclo, riuso

Le confezioni sono materia

- Semiotici: comunicazione, informazione, narrazione, marketing

Le confezioni informano sul prodotto e creano desiderio

– Packaging primario, secondario, terziario, display

- I quattro tipi di confezione e la loro utilità

- A quale tipo corrispondono gli aspetti funzionali, estetici, materici e semiotici?

– Tecniche analitiche

- A quale tipo appartiene?

- È funzionale? È bello? È facile da smaltire? È esaustivo? È comunicativo?

- Da che materiali è composto?

– Materiali usati nella progettazione e loro caratteristiche tecniche

- Vetro

Materiale antico

Ermetico

Bottiglie, vasetti, flaconi

Tappi

Smaltimento

- Carta

Materiale da imballo e avvolgimento

Igienico

Carta alimentare, carta da pacchi, carta regalo, fascette, etichette

Smaltimento

- Cartone
 - Versatile
 - Pacchi, pacchetti, scatole, astucci, tubi
 - Smaltimento
- Metallo
 - Ermetico
 - Latte, lattine, tubetti, scatole
 - Smaltimento
- Plastica
 - Duttile
 - Bottiglie, vasetti, tubetti, vassoi
 - Smaltimento
- Confezioni composite
 - Tetrapack, tetrabrick, confezioni fatte con diversi materiali
 - Smaltimento

Tecnologie di trasformazione dei materiali

- Vetro
 - Soffiatura a caldo su stampi
 - Personalizzazione (colorazione, rilievi, sabbiatura, serigrafia)
 - Etichettatura
- Carta
 - Fustellatura, cordonatura, incollaggio
 - Stampa
- Cartone
 - Cartotecnica
 - Fustellatura, cordonatura, assemblamento, incollaggio
 - Stampa
- Metallo
 - Stampi banda stagnata
 - Metallizzato, satinato
 - Serigrafia, carta, cartone
 - Etichettatura
- Plastica
 - Stampi a caldo
 - Serigrafia
 - Stampa termica
 - Etichettatura
- Confezioni composite

Assemblamento

– Tecniche e tecnologie di stampa per l'imballaggio

- Stampa a caratteri mobili
- Litografia
- Offset
- Bobina
- Rotativa
- Stampa a secco
- Flessografia
- Serigrafia
- Nastri a caldo
- Stampa termica
- Vernici UV
- Tecniche miste

– Le fasi di riempimento, confezionamento, imbottigliamento e imballaggio

- Simultaneità
- Linea di confezionamento
- Incollatura
- Assemblamento
- Messa in forma autochiudenti
- Imballaggio
- Blisteraggio
- Cartoni
- Nastri adesivi
- Polistirolo
- Paglia
- Carta
- Chellophan
- Bubble wrap

– Scomposizione ed analisi tecnica di una confezione

- Bottiglia vino
- Bottiglia acqua
- Pacchetto sigarette
- Scatola cereali
- Bottiglia acqua
- Succo di frutta

- Astuccio Smartphone
- Scatola medicinali

– Legislazione e normativa

- Lato di legge
- Contenuto netto e lordo
- Scadenza
- Allergeni
- Ingredienti
- Produttore
- Nazionalità
- DOC, DOP, IGP, IGT, DOCG
- Biologico, biodinamico
- Avvertenze
- Valori nutrizionali
- Organismi di controllo e istituto repressione frodi

– Breve storia del packaging

- Preistoria
 - Contenimento, trasporto, marchiatura
- Seconda metà del '700
 - Rivoluzione industriale
- Inizio '900
 - Esposizioni universali
- Metà del '900
 - Marketing mix

02 PROCESSO CREATIVO PER LA PROGETTAZIONE DEL PACKAGING

– Il brief

- Funzioni e ruoli in un'agenzia pubblicitaria
- Acquisizione ed elaborazione del brief
- L'analisi dei dati
- La ricerca
- Analisi della concorrenza
- Il brain storming

– Il progetto creativo

- Inventare e copiare
- Nani sulle spalle di giganti
- Da un annuncio al packaging l'approccio di ricerca e il progetto è identico e inizia fuori dagli strumenti di progettazione
- Il concept
- Creatività applicata

– Il progetto tecnico funzionale

- Scelta dei materiali
- Scelta delle forme
- Spazi e modi per comunicare
- Funzioni di contenimento, utilizzo, maneggevolezza
- Le forme
- Le misure
- Fustelle
- Cordonature

– Progettazione per il trasporto e la distribuzione

- Scelta dei materiali
- Scelta delle forme
- Funzioni logistiche: trasporto e stoccaggio
- Imballi terziari

– Il progetto informativo persuasivo

- La gerarchia delle informazioni
- Spazi e modi per comunicare

- La multisensorialità del packaging**
 - Vista, tatto, olfatto
- Packaging promozionale**
 - Come comunicare le promozioni
- Packaging display**
 - Il packaging espositore
- Visibilità del prodotto come oggetto 3D**
 - Superfici, visibilità, tridimensionalità
 - Origami
 - Object design
- Il progetto grafico per il packaging**
 - Le gabbie
 - Il fuorigabbia
 - Gli allineamenti
 - Uso dei caratteri
 - Caratteri ed emozioni
 - Uso del colore
 - Uso delle immagini
 - Le inquadrature
 - La composizione
 - Il logo
 - Ripetizioni, serie, pattern
 - Scelta della tipologia di stampa
 - Teorie percettive

03 VISUAL MARKETING

- Marketing mix e packaging

- Le 4P: Product (Prodotto), Price (Prezzo), Place (Punto Vendita), Promotion (Promozione)
- Le 4C: Consumer, Cost, Communication, Convenience
- Le colonne portanti del marketing: Concentrazione e focalizzazione sul mercato, Orientamento al cliente, Manovre di Marketing coordinate, Profitto tramite la soddisfazione dei clienti

- Marketing esperienziale

- Esperienza di intrattenimento, educativa, estetica, d'evasione
- Sense, Feel, Think, Act, Relate

- Packaging e comunicazione

- La comunicazione visiva e il packaging
- Significato e significante
- Le figure retoriche

- Progettare per il target

- Criteri demografici: Sesso, Età, Stato civile, Numero di figli
- Criteri sociografici: Classe sociale, Titolo di studio, Professione
- Criteri geografici: Zona geografica, Ampiezza del centro
- Criteri economici: Alto, Medio, Basso

- Percezione dei prodotti attraverso la loro confezione

- Il posizionamento di un prodotto attraverso il packaging

- Packaging design per prodotti di largo consumo

- GdO vs HORECA

- Packaging design per prodotti di lusso

- Luxury vs display

04 PACKAGING DESIGN E BRAND IDENTITY

- Le tipologie di Marca: mitica, tribale, relazionale, essenziale, gestaltica
 - marca mitica
 - marca tribale
 - marca relazionale
 - marca essenziale
 - marca gestaltica
- La corporate image
 - casi studio
- Progettare packaging che riconduce alla marca
 - Visibilità e riconoscibilità
 - Incrementare la notorietà
- Progettare packaging di linea
 - Brand vs product personality

05 NUOVE FRONTIERE DEL PACKAGING DESIGN

Nuove frontiere del packaging design

- Shelf-life dei prodotti confezionati
- Smaltimento e riciclo
- Utilizzo e trasformazione di materiali riciclati per il packaging
- Il packaging ed i materiali riciclabili
- Progettare packaging nella prospettiva del riuso

Tecniche di presentazione dei progetti

- Tecniche di rendering e simulazione 3D
- Tecniche di realizzazione di prototipi e mock-up in scala