

## C'È UN PACCO PER LEI

### Nuovi packaging per nuovi consumatori

"C'è un pacco per lei": con queste parole il corriere ci consegna gli acquisti degli articoli che, navigando on-line, abbiamo scelto. Quello che chiamiamo pacco non è altro che la parte finale di un acquisto che incomincia con un servizio, l'e-commerce, e arriva nelle nostre case con un imballaggio.

Nonostante le abitudini dei consumatori siano in rapido cambiamento, alcune consuetudini persistono e continueranno a persistere. Una di queste è il packaging. Alcuni prodotti infatti hanno bisogno di un imballaggio ieri come oggi e, per quanto le nostre abitudini possano mutare, l'involvero avrà sempre una funzione importante per il prodotto.

Di conseguenza, la continua crescita delle vendite in rete - non solo di servizi, come viaggi e vacanze, ma anche di altri settori, dall'elettronica, alla moda e al cibo - ha influenzato anche sul modo di progettare il packaging. Attraverso l'e-commerce possiamo garantire le eccellenze tipiche di un luogo lontano, il prodotto di nicchia di cui abbiamo letto la recensione, o preparare dei piatti con le eccellenze di altri territori; possiamo ricevere a casa prodotti freschi e di qualità o l'ultimo ritrovato elettronico, grazie non solo a un semplice click e al web, ma anche alla logistica e all'attenzione e cura dedicate al packaging.

Ciò sta portando a una ridefinizione del packaging in grado di aprire nuovi scenari per il packaging on-line che ha una funzione differente rispetto a quello dei prodotti commercializzati in un punto vendita tradizionale. Nel punto vendita tradizionale è fondamentale rendere riconoscibile il prodotto tra tanti competitor (prodotti simili), senza trascurare la funzionalità del contenitore e la protezione del contenuto. Quando un consumatore compra in Internet, invece, non c'è bisogno di attirare la sua attenzione poiché l'utente sa già cosa vuole e non

è necessario mostrare il packaging ma il prodotto stesso; ciò che importa soprattutto è l'imballaggio secondario che ha il compito di avvolgere il prodotto quando sarà recapitato a casa dall'acquirente, indispensabile sia per il consumatore, che riceve il prodotto in perfette condizioni, sia per il produttore che, in caso di riconsegna del prodotto, lo reperirà in buone condizioni. Sempre più importante sarà usare imballaggi sostenibili, rivedere le confezioni in base al mezzo di trasporto, rendendole riutilizzabili o facilmente separabili per un "fine-tita" corretto.

Per capire che cosa è stato fatto e quali azioni sono state portate avanti dalle aziende sul fronte della sostenibilità, un esempio è rappresentato da Voxx<sup>1</sup>. Il gruppo ha promosso l'uso di "Eco-box", un packaging arrestato a livello internazionale FSC (material standard del Forest Stewardship Council), PEFC (Programma per il riconoscimento degli schemi di Certificazione Forestale) e SFI (Sustainable Forest Initiative), per consegnare in tutto il mondo gli ordini. Con questo esempio, l'e-commerce rappresenta un'opportunità ideale per poter lanciare progetti di imballaggi innovativi per ridurre l'uso dei materiali. Un altro buon esempio è rappresentato dall'imballaggio ad "apertura facile" di Amazon per aiutare i clienti nell'apertura dei pacchi, eliminando la plastica e le fascette.

Quindi, per aggiungere all'acquisto on-line il valore della sostenibilità e renderlo ancora più attraente occorre in fase di progettazione del packaging tenere presente: la sua integrità e sicurezza durante il percorso dal produttore al consumatore; l'uso di materiali più leggeri per contenere i costi di spedizione; la ricerca di soluzioni adeguate in termini sia estetici sia dimensionali; la riutilizzabilità e la facilità di separazione; infine, bisogna pensare al packa-

ging, quale possibile strumento di comunicazione dei valori ambientali.

Ceramente è incoraggiante che siano i grandi nomi a iniziare a definire soluzioni innovative ed esempi virtuosi per i packaging dell'acquisto on-line, ma non dobbiamo ignorare che occorre perseguire il concetto di sostenibilità e di riciclo a ogni livello e raggiungere anche le piccole aziende. Un esempio virtuoso di come anche aziende locali che vendono i loro prodotti tramite il web possano offrire un imballaggio adeguato alle proprie esigenze è un servizio in più in modo da distinguersi dalle altre aziende è proposto nella Tesi di Laurea in Design industriale PackARAging. Arance rosse di Sicilia: dall'albero al pack, con l'obiettivo di garantire l'integrità e la freschezza della frutta<sup>2</sup>. Il nuovo packaging, come richiesto dall'azienda<sup>3</sup>, può contenere circa 15 Kg di arance, che sono sistemate in modo da avere una buona aerazione durante il trasporto. All'interno dell'imballaggio due elementi in cartone permettono sia la disposizione di altre varietà di agrumi, sia il contenimento di barattoli per conserve. Un ulteriore punto di forza del progetto è la possibilità del suo riuso da parte dell'acquirente sia per successive spedizioni, grazie a un'apertura facile, sia nel trasferimento in una cesta o in un portafrutta, seguendo le semplici istruzioni disegnate nella scatola. Infine la conformazione e le dimensioni di questa nuova scatola facilitano la pallettizzazioni e permettono una maggiore resistenza all'accatastamento, tipico dell'immagazzinamento delle merci. Con questo esempio di imballaggio si può dimostrare che le attenzioni dedicate a una migliore organizzazione degli spazi e del trasporto, al possibile riuso, all'eliminazione di parti non essenziali, si può aggiungere all'e-commerce il valore della sostenibilità, e renderlo ancora più interessante.



Note

<sup>1</sup> Azienda italiana che si occupa di e-commerce nel settore della moda e del design. <http://it.fox.it>  
<sup>2</sup> <http://www.italianpackaging.com>, <http://www.fox.it>  
<sup>3</sup> Azienda doc. <http://www.fox.it>, <http://www.fox.it>

Anna Catania

## New Home Design Trends

### Una mostra responsabile



hanno trovato una risolutiva sintesi in una efficace definizione di Tomás Maldonado, secondo cui il design è un'attività progettuale che consiste nel determinare le proprietà formali degli oggetti prodotti industrialmente, per proprietà formali ed estetiche, ma intendere non solo le caratteristiche esteriori, ma soprattutto le relazioni funzionali e strutturali che fanno di un oggetto un'unità coerente sia dal punto di vista del produttore sia dell'utente. Inoltre, mentre la preoccupazione esclusiva per le caratteristiche esteriori di un oggetto spesso nasconde il desiderio di farlo apparire più attenne o anche di mascherarne le debolezze costitutive, le proprietà formali di un oggetto (...) sono sempre il risultato dell'integrazione di diversi fattori, siano essi di tipo funzionale, culturale, tecnologico o economico<sup>1</sup>.

La mostra "New Home Design Trends", svolta dal 14 al 19 luglio durante il "Sicilianambiente VII Documentary Film Festival" a San Vito Lo Capo presso l'Aula consiliare del Comune, raccoglie una selezione dei prototipi realizzati dagli studenti del Corso di Studi in Design industriale di Palermo all'interno del Laboratorio di design industriale Il tenuto da chi scrive (a.a. 2014-2015). Il tema sviluppato riguarda il settore del arredato "trasformabile" per l'ambiente domestico: chaise longue che diventano sedute, letti che si trasformano in tavolini, scaffali componibili in infinite combinazioni. Un interno di qualsiasi natura, privato o pubblico, permanente o temporaneo, è un insieme complesso di elementi che costituiscono la qualità della relazione tra gli individui e lo spazio che vivono. Gli elementi che un progetto d'interni deve saper modulare e comporre sono la dimensione degli spazi a seconda della destinazione d'uso e delle modalità di fruizione, arredi, luci, colori, suoni. Progettare e pensare spazi abitativi armoniosi e funzionali significa assicurare l'involvero della nostra casa come punto di

patenza e progettare con attenzione il suo interno: le finiture, gli allestimenti, gli elementi di arredo, il colore, la luce, le texture, i materiali, le condizioni di comfort ecc.

La crisi economica degli ultimi anni, da una parte, e le nuove esigenze e i nuovi stili di vita, dall'altra, hanno cambiato notevolmente i bisogni e le necessità della società contemporanea. Ora non ci si concentra più sulla ricerca e sull'elaborazione del lusso ma ci si rivolge a una più concreta essenzialità e razionalità. Nel design d'interni spiccano le decorazioni pensate a favore di linee geometriche sobrie ed eleganti. Si tratta di un ritorno all'essenzialità che rifiuta l'eccesso e privilegia invece, la semplicità delle forme. Gli arredi diventano essenziali ma trasformabili, si adattano alle nuove esigenze, alle abitudini sempre più piccole e in continua trasformazione.

C'è una ricerca che punta in qualche modo a rivisitare le origini del design che propone nuove forme e funzioni e che sfrutta le nuove tecnologie e i mezzi informatici che, ormai, costituiscono un supporto indispensabile in ogni settore. I punti di forza del design del prossimo futuro sono nella sostenibilità, nell'armonia e nel recupero dei valori della vita. Queste sono le nuove direzioni che dovrà seguire il design per rinnovarsi e per reinventarsi nei prossimi anni.

Benedetto Inzerillo

Note  
<sup>1</sup> Tomás Maldonado, *Design industriale: un ritorno*, Feltrinelli, Milano, 2008 (1976).