

1 Le funzioni del packaging

Con **packaging** si indica l'insieme di elementi e materiali utilizzati per realizzare la confezione del prodotto. Ma il packaging non è solo un contenitore, svolge in realtà molteplici funzioni, protegge il prodotto, ne permette l'uso o il consumo e lo definisce, lo rende riconoscibile e lo differenzia da tutti gli altri, soprattutto sugli affollatissimi scaffali dei supermercati. Il rapporto con il prodotto che contiene a volte è talmente stretto da identificarlo e identificarsi con esso.

Le funzioni del packaging sono molteplici:

Contenimento

Innanzitutto la confezione svolge la funzione di contenimento, a maggior ragione perché in alcuni casi sarebbe impossibile utilizzare il prodotto senza la sua confezione: pensiamo ai prodotti senza forma, ai liquidi o ai prodotti aeriformi, oppure a quelli solidi che però hanno una forma che non consente il trasporto. È necessario inserirli in contenitori che li rendano maneggevoli e ne permettano la movimentazione e l'uso.

Protezione

Il packaging deve proteggere il prodotto sia nella fase di trasporto, sia durante l'utilizzo, soprattutto se la sua fruizione è dilatata nel tempo. Pensiamo ai prodotti alimentari e ai problemi di conservazione che comportano. Altro aspetto sicuramente non trascurabile è il fatto che con l'imballaggio alcuni prodotti si possano conservare senza aggiungere additivi altrimenti indispensabili.

Trasporto

Il packaging non deve essere troppo ingombrante; dimensioni, forma e peso devono facilitare trasporto e magazzinaggio. Un packaging voluminoso oltre a essere scomodo risulta anche antieconomico.

Da sinistra. Concept creativo per packaging per il miele, ispirato alla struttura dell'alveare. Design: Marks Arbuzov, Russia.

Un altro esempio di confezione per il miele concepita con una forma e con materiali che sottolineano gli aspetti naturali del prodotto. Progetto dello studio Backbone.

Sembrano non esserci più limiti alla creatività del packaging, qualsiasi forma sembra oggi possibile (budget permettendo).



Funzioni del packaging.



Esempio di blister.

Utilizzo

Soprattutto alcune categorie di prodotto non si riuscirebbero ad utilizzare agevolmente se venissero separate dalla confezione che le contiene. Pensiamo a tutti i prodotti liquidi, ai succhi di frutta per esempio, senza la strategica confezione in Tetra Pak e la comoda cannuccia sarebbero sicuramente meno comodi da bere. Anche i piccoli prodotti come i medicinali, senza il comodo blister sarebbero difficili da tenere sempre con sé in caso di necessità.

Comunicazione

La confezione deve raccontare il prodotto e la marca, deve operare la complessa funzione di differenziazione. Deve attirare l'attenzione ed essere capace di distinguere il prodotto da tutti gli altri che si stanno contendendo l'interesse del consumatore tra gli scaffali del supermercato. Non si tratta semplicemente di elencare gli ingredienti o descrivere il contenuto, ma di sviluppare il posizionamento del prodotto e della marca.

2 Packaging e marketing



Una forma inconsueta unita a una grafica accattivante possono fare la differenza.

Le 4P che compongono il marketing mix classico sono: **Prodotto**, **Prezzo**, **Posto**, **Promozione**. Molti teorici del marketing a queste 4 variabili ne aggiungono una quinta che considerano anche più importante delle altre: proprio il **Packaging**.

La confezione viene spesso considerata come il "volto" del prodotto e della marca, una sorta di sintesi delle 4P classiche. Nell'ottica del marketing, il packaging, oltre a svolgere le funzioni protettive e contenitive e quindi essere strettamente legato al *prodotto*, costituisce anche una voce di costo, quindi influisce sul *prezzo*; ma costituisce anche un volume e una superficie da sfruttare per comunicare con il consumatore e *promuovere* il prodotto in modo da persuadere all'acquisto, giocando quindi un ruolo chiave nel punto vendita, nel *posto*.



Pensiamo per esempio ad una bottiglia di Coca-Cola: il rapporto Logo-packaging-prodotto è estremamente forte, quasi inscindibile.



La grafica che contraddistingue il packaging dovrebbe riuscire a distinguere il prodotto sugli affollatissimi scaffali dei supermercati.

Immagine di marca e di prodotto

La confezione costituisce un medium: racconta il prodotto, lo identifica e lo distingue da tutti gli altri.

Durante la ricerca tra gli scaffali del supermercato il potenziale cliente ha una panoramica coloratissima, costituita da una moltitudine di merci che in pochi secondi si stanno giocando la possibilità di attirare l'attenzione per essere acquistati. Nel momento faticoso della scelta, il consumatore finisce

con l'essere attratto da forme e colori che gli sono familiari, da marche di cui è consapevole (awareness), da simboli o elementi grafici che conosce o riconosce.

Il packaging è una vera e propria arma strategica, spesso costituisce il primo contatto concreto tra il consumatore e il prodotto, è quindi determinante nel momento della scelta d'acquisto. La sua funzione comunicativa non solo rende riconoscibile il contenuto, ma può addirittura migliorare l'immagine e la percezione che il consumatore ha delle qualità del prodotto. Non per niente è stato definito il silent salesman (venditore silenzioso): si tratta di un medium che, se ben progettato, è capace di comunicare in maniera efficace e anche molto convincente con l'utente finale, trasformandolo in cliente.

3 Tipologie e materiali

Esistono tre diversi livelli di imballaggio*.

Imballaggio primario

Si tratta della confezione concepita per costituire l'unità di vendita che il consumatore può acquistare. In alcuni casi può coincidere con l'*imballaggio immediato*, vale a dire con la confezione che si trova a diretto contatto con il prodotto, (pensiamo per esempio al latte o ai barattoli di marmellata); altre volte invece può contenere l'imballaggio immediato utilizzato per una migliore e più igienica protezione del prodotto (pensiamo per esempio alle scatole di riso, che spesso contengono l'imballaggio in plastica che protegge il prodotto).

Il suo smaltimento viene effettuato dal consumatore finale. Poiché può essere realizzato con diversi tipi di materiale, la sua grafica dovrà indicare chiaramente se si tratta di un materiale riciclabile, e quindi destinato alla raccolta differenziata, o se si tratta di un rifiuto indifferenziato.

Imballaggio secondario

È chiamato anche imballaggio multiplo, può contenere più prodotti che possono essere venduti insieme o separatamente. Pensiamo per esempio al *far-dello*, la confezione che contiene 6 bottiglie d'acqua; il suo acquisto completo di tutte le bottiglie non esclude la possibilità di aprirlo per comprare una singola bottiglia.

L'imballaggio secondario protegge l'imballaggio primario dalle sollecitazioni a cui può essere sottoposto il prodotto durante il trasporto e agevola l'approvvigionamento degli scaffali nei punti vendita, ma anche il trasporto a casa; può essere rimosso senza alterare la presentazione del prodotto.

Imballaggio terziario

Si tratta dell'imballaggio che permette la "palettizzazione" necessaria per la movimentazione e il trasporto del prodotto. È concepito pensando alla facile e sicura manipolazione di un certo numero di imballaggi secondari. È quindi pensato in funzione del trasporto.

Palettizzare significa disporre le merci impilandole in modo da poter utilizzare i pallet, cioè in modo da disporle su una struttura in legno con dimensioni standard che consente la movimentazione con i carrelli elevatori.

*Decreto Ronchi:
D.L. 5 febbraio 1997
n. 22 - Art. 35.



Esempio di imballaggio primario (e immediato) in alluminio.



Esempio di imballaggio secondario.



Esempio di imballaggi su pallet.



imballaggio
primario



imballaggio
secondario



Le tre tipologie
di imballaggio.

imballaggio
terziario



Il packaging in vetro trasparente
sottolinea la freschezza del prodotto
dell'azienda True Fruits.



È interessante sapere che in questa categoria rientrano anche le shopping bag che permettono il trasporto dei prodotti dal punto vendita al luogo del consumo.



I materiali

Per individuare il contenitore più adatto, è necessario pensare:

- alle caratteristiche del prodotto;
- alle sue modalità di uso e consumo;
- agli accorgimenti necessari per il trasporto;

Inoltre non bisogna mai dimenticare ciò che rimane dopo il suo utilizzo e considerare l'impatto che i materiali di scarto possono causare sull'ambiente.

Esistono molteplici materiali, vediamo le principali caratteristiche:

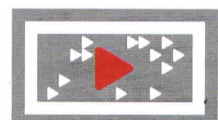
Il vetro

La trasparenza permette la visualizzazione del contenuto, aspetto sicuramente non trascurabile ai fini della presentazione del prodotto. È un materiale infinitamente riciclabile (quasi tutte le confezioni in vetro contengono parti di materiale riciclato), quindi perfettamente ecocompatibile. È un materiale inerte, per cui non reagisce a contatto con le diverse sostanze, non altera il prodotto contenuto e si rivela particolarmente adatto alla conservazione di alimenti, bevande o medicinali. Tuttavia è piuttosto pesante ed estremamente fragile, di conseguenza richiede particolare attenzione nelle fasi di trasporto e stoccaggio.

La plastica

Le materie plastiche, chiamate polimeri, sono molto utilizzate per realizzare diverse tipologie di imballaggi. Si tratta di materiali estremamente duttili, leggeri, resistenti e facili da lavorare. Gli imballaggi in plastica si possono dividere in tre categorie:

- **flessibili:** buste, film, sacchetti
- **rigidi:** bottiglie e fustini
- **accessori:** tappi, etichette, chips



PDF
Materiali a confronto.
Schema riassuntivo

Diversi materiali plastici come il PET e l'HDPE sono riciclabili. Per una progettazione ecosostenibile bisognerebbe studiare imballaggi composti possibilmente da un solo tipo di plastica in modo da evitare i problemi di separazione dei materiali per la raccolta differenziata.

I metalli

Si tratta di materiali che presentano cinque caratteristiche fondamentali che li rendono particolarmente adatti per il settore degli alimenti e delle bevande:

- hanno una compatta struttura molecolare che li rende una barriera insormontabile per qualsiasi fonte di luce, gas o vapori;
- si possono lavorare facilmente, generando qualsiasi forma con dispendi di energia contenuti;
- sono molto resistenti, quindi garantiscono la protezione del prodotto che contengono;
- hanno una conducibilità termica che permette qualsiasi processo di pastorizzazione e sterilizzazione, garantendo elevati standard di sicurezza;
- possono essere oggetto di raccolta differenziata e riciclati senza perdita delle originali prestazioni.

La carta e i cartoni

Sono materiali leggeri, ecosostenibili. Permettono la realizzazione di packaging riciclabili e offrono infinite opportunità alla progettazione.

La lavorazione a livello industriale avviene tramite la **fustellatura**: una serie di lame taglia e piega la carta dandole una forma che, assemblata, genera la confezione. Se studiate in modo appropriato, le fustellature permettono di razionalizzare gli ingombri e agevolare i trasporti.

Curare la fustellatura con particolari tagli e linguette in fase progettuale può permettere inoltre l'assemblaggio senza aver bisogno di colla.

Fustellatura: è una lavorazione della carta che avviene attraverso l'uso della fustella, un attrezzo che permette di eseguire una serie precisa di tagli su un materiale in foglio "tenere" (cartone, cuoio, gomma, plastica ecc.) La fustella può presentare anche una lamina più bassa che non taglia, chiamata "cordone" o "cordonatore", la quale produce una piega, la cordonatura appunto, che serve per piegare il materiale.



Scatola in metallo per biscotti.



Packaging Lindt in cartone.



Esempio di fustella in acciaio per il taglio cartotecnico.

I poliaccoppiati

Sono imballaggi costituiti da più materiali accoppiati attraverso un processo che si chiama laminazione. Sono composti per esempio da plastica e alluminio (per esempio i sacchetti del caffè, dei surgelati, delle patatine, ecc.) o carta e alluminio (per esempio i sacchetti dei biscotti o i Tetra Pack). Si tratta di confezioni leggere con buone prestazioni protettive, ma ancora con qualche problema di riciclo.



Esempio di packaging in poliaccoppiati composti da due film.

Se vuoi approfondire: www.celvil.it/packaging/packaging-accoppiato/