# easyEATING

### PACKAGING SOSTENIBILE IN CARTA PER PRODOTTI ENOGASTRONOMICI

SUSTAINABLE PAPER PACKAGING FOR TRADITIONAL PRODUCE

a cura di / edited by

Marco Bozzola



**Edizioni Dativo** 

# easyEATING

### PACKAGING SOSTENIBILE IN CARTA PER PRODOTTI ENOGASTRONOMICI

SUSTAINABLE PAPER PACKAGING FOR TRADITIONAL PRODUCE

a cura di / edited by Marco Bozzola

Testi di / Texts by

Cristina Allione

Silvia Barbero

Marco Bozzola

Maria Luisa Capellino

Claudia De Giorgi

Eliana Farotto

Franco Fassio

Elettra Ferrigno

Beatrice Lerma

Paolo Tamborrini

Dario Toso

**Edizioni Dativo** 

#### COMIECO

Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica

National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based Packaging

#### POLITECNICO DI TORINO

Facoltà di Architettura I Corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale

Faculty of Architecture I Degree Course in Graphic and Virtual Design





**Progetto scientifico /** Scientific project Marco Bozzola, Eliana Farotto

**Cura del volume e art direction**Care of volume and art direction

Marco Bozzola

**Traduzioni /** Translations Global Target in Motion

**Grafica e impaginazione /** *Graphic design and layout* Paolo Fenoglio, Malisa Perona

ISBN: 978-88-902818-6-0

Edizioni Dativo S.r.l.

La presente pubblicazione raccoglie gli esiti del laboratorio progettuale di Cartotecnica e Imballaggio 2, A.A. 2009-10 del Corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale del Politecnico di Torino, sviluppato con il contributo di Comieco, Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica ed in accordo con Slow Food. Obiettivo del corso è stato quello di sviluppare proposte sostenibili di sistemi per il trasporto, la vendita e il consumo di prodotti enogastronomici, a partire da materiali cartacei, e pensati in particolare per l'impiego all'interno del Salone Internazionale del Gusto di Torino.

This publication contains the results of the design laboratory on Paper Transformation and Packaging 2, academic year 2009-10, relative to the Degree Course in Graphic and Virtual Design of the Politecnico di Torino, developed with input from Comieco, National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based Packaging and in collaboration with Slow Food. The aim of the course is to develop sustainable proposals for systems for transporting, selling and consuming food and wine products, starting from paper materials, and designed especially for use in the Salone Internazionale del Gusto in Turin.



Prefazione					
Preface					
ELIANA FAROTTO					

## Introduzione 6 Introduction

#### Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre. Un nuovo modello di evento a ridotto impatto ambientale

Salone Internazionale del Gusto and Terra Madre.

A new event model with reduced environmental impact

MARIA LUISA CAPELLINO, FRANCO FASSIO

#### Progetto consapevole e packaging. 1 Sostenibilità con carta e cartone

Conscious design and packaging. Sustainability with paper and cardboard MARCO BOZZOLA

## Il packaging come strumento di comunicazione di e per la sostenibilità

Packaging as a communication instrument of and for sustainability SILVIA BARBERO, PAOLO TAMBORRINI

## Packaging, sostenibilità e sensorialità 26 Packaging, sustainability and sensory perception CRISTINA ALLIONE. CLAUDIA DE GIORGI. BEATRICE LERMA

### easyEATING: scenari di trasporto e consumo dei 32 prodotti all'interno del Salone Internazionale del Gusto

easyEATING: product transportation and consumption scenarios within the Salone Internazionale del Gusto

DARIO TOSO

### Sistemi per il trasporto e il consumo 38 di prodotti enogastronomici: le proposte

Wine and food product transportation and consumption systems: the proposals MARCO BOZZOLA, ELETTRA FERRIGNO, DARIO TOSO

## **Prefazione**Preface

Eliana Farotto

Responsabile Ricerca & Sviluppo.

Comieco - Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica

Head of Research and Development.

Comieco – National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based Packaging

Tra i tanti attori che contribuiscono alla realizzazione di un imballaggio, la figura e l'importanza del designer risulta ancora indiscutibilmente da potenziare. La corretta progettazione permette infatti di ottenere migliore performance con minore uso di risorse, rendendo l'imballaggio più sostenibile.

Ancora meglio se l'imballaggio viene progettato insieme al prodotto in esso contenuto, sia esso un cibo o un bene durevole, e diventa quindi frutto di un percorso di sviluppo unitario per la giusta conservazione e trasporto del manufatto.

Da qui nasce l'importanza dei progetti che Comieco sta sviluppando con diverse scuole universitarie in tutta Italia, per creare interesse e competenze nei giovani in un settore, quello degli imballaggi, ritenuto marginale, ma che marginale non è, visto che tutte le materie, i semilavorati ed i prodotti finiti viaggiano imballati, per oltre 12 milioni di tonnellate ogni anno, di cui piu' di 4 milioni sono in carta e cartone, realizzati da oltre 3.000 aziende italiane che operano in questo settore.

Il lavoro sviluppato insieme con il Politecnico di Torino ha offerto diversi spunti di riflessione e indicato diverse soluzioni, dimostrando che si può essere "easy" e nel contempo prestare attenzione al proprio impatto ambientale (attività in genere ritenuta necessaria..... ma terribilimente noiosa!).

Se avevamo dei dubbi sulla potenziale creatività dei giovani designer, le idee proposte hanno dimostrato che anche un piatto o un bicchiere può cambiare forma per diventare più attrattivo e performante, come pure possiamo scoprire l'anima emozionale di un vassoio o di un cartoccio a seguito di una progettualità che vede in primo piano

Among the many individuals who contribute to the creation of packaging, the role and importance of the designer is still an aspect that certainly requires further enhancement. In fact, proper design makes it possible to achieve better performance with fewer resources, thereby making the package more sustainable.

Even better if the packaging is designed together with the product it contains, whether it be food or non-perishable goods, thus becoming the result of a joint development plan for the right preservation and transportation of the product.

These are the reasons behind the importance of the projects that Comieco is working on with several universities throughout Italy: to develop the interest and expertise of young people in the specific sector of packaging, which is often considered marginal but, on the contrary, is greatly important. Indeed, more than 12 million tons of material, semi-finished and finished products travel packaged each year, more than 4 million of which are packaged in paper and cardboard, manufactured by over 3,000 Italian companies that operate in this sector.

The work developed with the Politecnico di Torino has provided different insights and pointed out many solutions, proving that it is possible to be "easy" and at the same time attentive to environmental impact (activities generally deemed necessary..... but terribly boring!).

If we ever had any doubts about the potential creativity of young designers, the ideas proposed have shown that even a plate or a glass can change shape to become more attractive and l'utente "consumatore felice" e non viaggiatore distratto.

I prototipi realizzati in carta e cartone ci consegnano un gruppo di oggetti quotidiani che si trasformano in una serie di prodotti innovativi, aumentando la consapevolezza ambientale di chi ne usufruisce, mentre i nuovi imballaggi usano sì meno risorse, ma tante quanto ne servono per salvaguardare i buoni prodotti contenuti; in tal modo, mettendo la prevenzione in primo piano e perseguendo un miglioramento continuo, si segue la strada delineata dal normatore europeo verso la "società del riciclo", in cui a breve tutti ci auguriamo di vivere. efficient. In the same way, we can find that even a tray or a paper wrapping can have a soul as a result of a design able to place the "happy consumer" rather than an absent-minded traveller in the foreground.

The prototypes made of paper and cardboard provide us with a group of everyday objects that turn into a series of innovative products, increasing the environmental awareness of those who use them, whilst new packaging uses fewer resources, but no less than what is needed to protect the good products it contains. Therefore, by putting prevention first and pursuing continuous improvement, we follow the lead of the European legislator that aims towards a "recycling society" where we all shortly hope to live.

Comieco è il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli imballaggi a base Cellulosica.

Il Consorzio ha come compito istituzionale il raggiungimento degli obiettivi di riciclo fissati dalla normativa comunitaria e recepiti dalla legislazione nazionale. A Comieco aderiscono circa 3.400 imprese della filiera cartaria dell'imballaggio. Per realizzare questi obiettivi il Consorzio ha sottoscritto convenzioni sulla raccolta differenziata che coinvolgono l'80% dei Comuni e oltre 52 milioni di Italiani. Comieco is the National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based packaging.

The Consortium's institutional mission is to achieve the recycling targets established by EU legislation that have been transposed into national legislation. Around 3,400 companies in the paper packaging supply chain participate in Comieco. To achieve these objectives, the Consortium has signed waste separation agreements involving 80% of the Municipalities and over 52 million Italians.

## Introduzione Introduction

#### Marco Bozzola

Architetto e designer, docente del corso di Cartotecnica e Imballaggio presso il Corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale del Politecnico di Torino Architect and designer, lecturer for the course on Paper Transformation and Packaging at the University Course in Graphic and Virtual Design at the Politecnico di Torino.

Il packaging per il prodotto alimentare, tema attuale non solo per le problematiche funzionali legate alla protezione, conservazione, fruizione del prodotto, ma anche per l'emergenza ambientale che rappresenta, acquista un interesse particolare quando ci si riferisce al prodotto agroalimentare tipico, del quale è fondamentale valorizzare le caratteristiche e comunicare il sistema di valori da cui trae origine. Parliamo di prodotti enogastronomici, per i quali la misura della qualità corrisponde ad un vero e proprio sistema identitario del prodotto, dato dalle materie prime reperibili esclusivamente in una porzione di territorio ben definito, dalle tecniche di lavorazione artigianali a volte anche molto antiche, da un approccio alla produzione allineato con le risorse e i ritmi naturali, da una specifica cultura materiale: tutto ciò a prescindere dai volumi di produzione e dalle logiche esclusive di mercato. Possiamo dire che tali prodotti non si apprezzano solo nell'atto dell'assaggio, ma già dal momento in cui si entra in contatto con la confezione attraverso vista e tatto: una "buona" confezione può cioè fornire un contributo decisivo alla costruzione di un "senso" del prodotto e alla corretta (non solo efficace) percezione da parte del consumatoreutente.

Questi i temi su cui gli studenti del corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale del Politecnico di Torino, in accordo con Comieco, Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica, e Slow Food, si sono confrontati nell'anno accademico 2009-2010, con l'obiettivo

Packaging for food products is not only a relevant issue for the functional problems related to the protection, conservation and use of the product. but also for the environmental emergency that it represents. The issue becomes particularly interesting when it refers to typical produce, a field in which it is essential to enhance the product's characteristics and transmit the system of values from which it originates. We are talking about food and wine, for which the degree of quality corresponds to a true product identity system, arising from raw materials that are only available in a certain part of a well-defined territory, from artisan manufacturing techniques that are sometimes ancient, from an approach to production governed by natural resources and rhythms, from a specific culture of reference, all this regardless of production volumes and the exclusive logic of the market. One could say that the appreciation of these products does not only arise from their taste, but also from contact with the packaging through sight and touch: "good" packaging can make a decisive contribution to constructing the "sense" of a product and the correct (not only effective) perception by the consumer-user.

These are the issues that students of the Degree in Graphic and Virtual Design of the Politecnico di Torino, in agreement with Comieco, National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based Packaging and Slow Food, were confronted with in the 2009-2010 academic year, with the aim of developing proposals for

di sviluppare proposte di packaging e sistemi per la degustazione del prodotto agroalimentare tipico, a partire da materiali cartacei da riciclo.

In particolare, ci si è concentrati sulle modalità di vendita, trasporto, consumo, degustazione del cibo all'interno di uno dei luoghi decretati alla promozione e valorizzazione dei prodotti enogastronomici: il Salone Internazionale del Gusto di Torino, una delle più grandi kermesse a livello internazionale in cui il cibo, più in particolare i prodotti tipici agroalimentari di tutto il mondo, sono l'oggetto esposto su cui riflettere, quale espressione di cultura e di identità: da rispettare, proteggere e valorizzare.

In riferimento a tale scenario, di visita, apprendimento e svago, in cui oltre al consumo del pasto in situazione di fortuna, si può avere la necessità di degustare, assaggiare determinati prodotti, anche a breve distanza di tempo e di spazio l'uno dall'altro, è stato chiesto agli studenti del corso di riflettere sul tema e avanzare proposte sostenibili, educative, valorizzanti e funzionali.

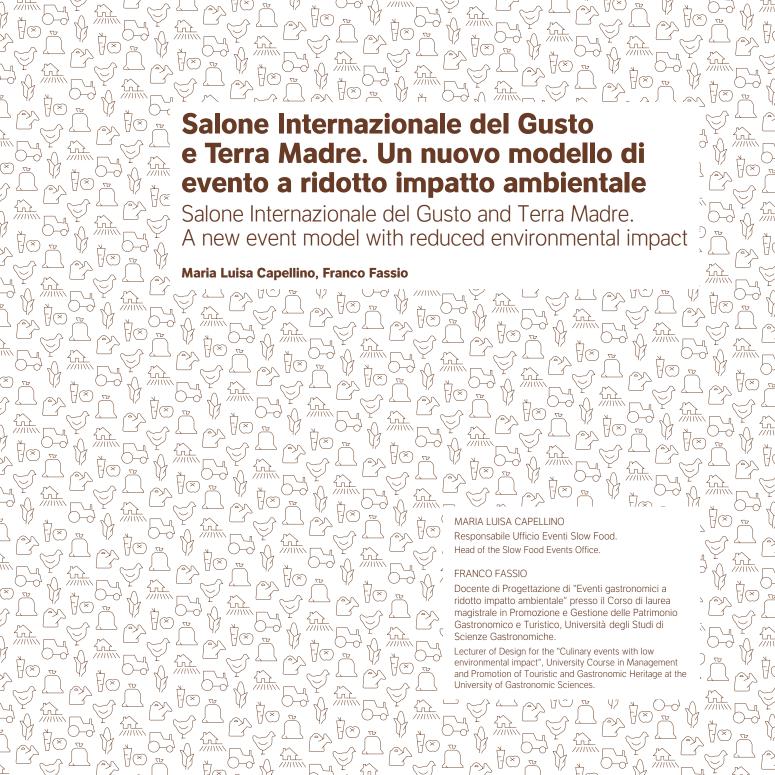
I risultati dell'operazione sono stati esposti nello spazio "Eventi a ridotto impatto ambientale" all'interno della VIII edizione del Salone Internazionale del Gusto, e la presente pubblicazione si propone quale atto conclusivo a testimonianza di questa esperienza didattica. È inoltre occasione per arricchire il dibattito sul tema con alcuni contributi che vanno dalla lettura degli atteggiamenti consapevoli nella progettazione e nell'impiego dei materiali per il packaging, alle potenzialità della comunicazione affidata alla confezione, in particolare sotto il profilo dell'educazione alla sostenibilità. Sono inoltre indagate le prospettive per l'imballaggio del prodotto alimentare tipico, fino all'esame delle caratteristiche di protezione e degustazione di tale prodotto all'interno di quei luoghi demandati alla sua promozione e distribuzione.

packaging and tasting systems for typical food products, starting from recycled paper materials.

In particular, the focus was on selling, transport, consumption, and tasting methods for food in one of the locations set aside for the promotion and enhancement of food and wine products: the Salone Internazionale del Gusto of Turin, one of the largest international events where food, in particular typical food products from around the world, is put on display as an object upon which to reflect, as an expression of culture and identity: to be respected, protected and enhanced.

It is within this visiting, learning and leisure venue, where, as well as having a meal on the go, it may be necessary to sample and taste certain products, even within a short amount of time and distance from one another, the students were asked to reflect on the issue and to provide sustainable, educational, enhancing and functional proposals.

The results of the operation were exhibited in the "Low environmental impact events" space during the eighth edition of the Salone Internazionale del Gusto, for which this publication is intended as the closing act, bearing witness to this teaching experience. It is also an opportunity to enrich the debate on this issue, with contributions ranging from the analysis of conscious approaches to the design and use of packaging materials, to the power of communication entrusted to the package. particularly in terms of education for sustainability. The prospects for packaging typical food products are also examined, as well as the characteristics regarding safety and tasting of this product in locations that are dedicated to its promotion and distribution.



Dalla volontà di Slow Food, Regione Piemonte e Città di Torino, di adottare l'approccio del Design Sistemico - figlio delle ricerche sviluppate da Design Politecnico di Torino e dall'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche - quale strumento per ridurre l'impatto ambientale del Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre, nasce il progetto "Un nuovo modello di evento a ridotto impatto ambientale".

La ricerca, dal respiro pluriennale, muove i primi passi nell'edizione 2006 della kermesse del gusto, immergendosi in un mondo complesso e articolato di rapporti consolidati, elementi di un sistema che allora iniziavano a divulgare il messaggio "Buono, Pulito e Giusto".

In particolare, all'interno di questo processo di apprendimento collettivo verso una maggiore consapevolezza nelle scelte di consumo alimentare, si è sviluppata l'esigenza di un evento fieristico sostenibile, capace di armonizzare e rendere conformi, contenitore (Lingotto Fiere e Oval Lingotto) e contenuti (prodotti, eventi, laboratori, etc.).

L'obiettivo del progetto, che ha avuto i suoi primi riscontri pratici nell'edizione 2008 e 2010, è la progressiva riduzione dell'impatto ambientale dell'evento analizzato, tramite la creazione di una rete di saperi e maestranze interdisciplinari che hanno il fine di promuovere nuovi scenari sostenibili di consumo, di sviluppo locale e, seguendo l'iter che avviene in natura, di gestione degli output (scarti) generati, rendendoli input (risorse) per altri processi che conferiscono loro un nuovo valore economico.

L'approccio del Design Sistemico quindi, come "motore" dello sviluppo fieristico sostenibile, ha attivato nei consumatori, produttori e progettisti, un processo d'innovazione comportamentale che non ha sacrificato le componenti caratterizzanti il prodotto fieristico, ma ne ha ottimizzato i flussi di promozione, esposizione e commercio, adattandoli alle qualità locali del territorio, al fine di educare, tutelare e promuovere un nuovo modello The "new type of event with reduced environmental impact" project is a result of the joint desire of Slow Food, the Piedmont Region and the City of Turin to adopt a Systemic Design approach - the result of research developed by the Design Politecnico of Turin and the University of Gastronomic Sciences - as a means to reduce the environmental impact of the Salone Internazionale del Gusto and Terra Madre.

This project, a long-term undertaking, took its first steps in the 2006 edition of the festival of taste, immersed in a world of complex and well-established relationships, all elements of a system that was beginning to spread the message: "Good, Clean and Fair".

In particular, within this collective learning process, aimed at raising awareness in food consumption choices, a need developed for a sustainable trade show event, capable of harmonising and aligning containers (Lingotto Fiere and Oval Lingotto) and contents (products, events, workshops, etc.).

The objective of the project, which saw its first practical results in the 2008 and 2010 edition, is to progressively reduce the environmental impact of the event in consideration, by creating a network of interdisciplinary knowledge and skills aimed at promoting new and more sustainable consumption and local development scenarios and, following the process that occurs in nature, managing the generated output (waste), transforming it into input (resources) for other processes, thereby giving them new value.

The Systemic Design approach, as the "engine" for sustainable fair development, has therefore set off a behavioural innovation process in consumers, producers and designers, which has not sacrificed the components that characterise the Fair as a product, but has optimised the promotion, exhibition and trade flow, adapting them to the local quality of the territory in order to educate, protect and promote a new economic model that gives time, space and dignity back to the environment and

economico che restituisce tempo, spazio e dignità all'ambiente e all'uomo.

Infatti, è curioso notare come ogni attività pubblica sia fortemente basata sulla rete complessa delle relazioni che si riescono a costruire ed attivare ma quando poi si passa in ambito produttivo, spesso si considera il solo specifico ambito in cui si opera e si tralascia, come se non fosse inerente, tutto l'intorno.

"È una dicotomia illogica che pone in contrasto le attività sociali con quelle produttive quasi fossero mondi paralleli e non coincidenti; come se queste ultime non facessero parte della nostra vita reale". Il Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre, invece, ha dimostrato come sia possibile rendere la più grande fiera sul cibo di qualità e il più importante meeting di comunità del cibo provenienti da tutto il mondo, eventi a ridotto impatto ambientale. L'evento, è attualmente il risultato di una serie di processi e relazioni, che lo trasformano in un pal-

mankind.

It's actually curious to note that, despite the fact that all public activity is strongly based on the complex web of relationships that can be built and activated, once the environment shifts to industry, all focus often becomes restricted to the specific work context, neglecting everything as if it were irrelevant.

"It is an illogical dichotomy where social activities are in conflict with industrial ones, as though they belonged to parallel worlds that do not overlap; as if they were not part of our real life".

The Salone Internazionale del Gusto and Terra Madre, however, have shown how it is possible to make events with low environmental impact for the largest trade show on quality food and the most important meeting of food communities from around the world.

The event is now the result of a series of processes and relationships that have transformed



<sup>1</sup> Luigi Bistagnino, "Design Sistemico, progettare la sostenibilità produttiva e ambientale", Slow Food Editore, Bra (CN), 2010. Luigi Bistagnino, "Systemic Design, designing the productive and environmental sustainability", Slow Food Publisher, Bra (CN), 2010.

Immagine: archivio Slow Food Picture: Slow Food archive

coscenico culturale di riferimento nell'ambito della progettazione eco-sostenibile: un laboratorio per sperimentare e avanzare proposte culturalmente innovative. Inoltre, nell'edizione 2010, per la prima volta a livello internazionale, espositori e visitatori sono stati chiamati in causa per diventare co-organizzatori della manifestazione, attori protagonisti di un sistema complesso in cui anche le loro attitudini comportamentali determinano la riduzione dell'impatto ambientale dell'intero sistema evento.

Le iniziative promosse hanno quindi agito in ambiti progettuali quali: i consumi energetici e quelli di acqua, la produzione di rifiuti e la raccolta differenziata, le emissioni di CO2, gli allestimenti e gli imballaggi, i materiali per la fruizione del cibo e la logistica per il trasporto di persone e merci, la comunicazione e la ristorazione collettiva.

In questo scenario e più precisamente nell'ambito progettuale "imballaggi" si è sviluppata l'iniziativa easyEATING. In collaborazione con il Corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale del Politecnico di Torino, e Comieco, Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica (Partner Ambientale del Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre già dall'edizione 2008), sono stati presentati durante l'evento 2010, più di 30 progetti riguardanti sistemi per la vendita, trasporto e consumo di prodotti agroalimentari tipici. Anche l'imballaggio (primario, secondario e terziario), infatti, deve scaturire da sistemi produttivi eco-compatibili e suggerire nuovi stili di vita e di comportamento, promuovendo oltre alla funzionalità protettiva, una nuova funzione comunicativa, carica d'identità e scenografie in cui i consumatori possano riconoscere una produzione alimentare sostenibile, da esso salvaguardata e da loro scelta.

La qualità di un prodotto diventa quindi caratterizzata dalla somma di più fattori che partono da una corretta produzione del prodotto a una responsabile progettazione del packaging, dalla logistica di conservazione delle qualità organolettiche a quella

it into a cultural benchmark in the context of environmentally sustainable design: a laboratory for experimentation and the development of culturally innovative proposals. Furthermore, in the 2010 edition, for the first time at an international level, exhibitors and visitors were involved as co-hosts of the event: key players of a complex system where behavioural attitudes will lead to a reduction in the environmental impact of the entire system of event organisation.

The promoted initiatives therefore involved project areas such as: energy and water consumption, waste and recycling, CO<sub>2</sub> emissions, displays and packaging, materials for food consumption and logistics, the transportation of people and goods, communication and catering.

It is in this scenario, and more specifically "packaging" design area, that an initiative was developed called easyEATING. In collaboration with the Degree Course in Graphic and Virtual Design at the Politecnico di Torino, and Comieco, the National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based Packaging (Environmental Partner of the Salone Internazionale del Gusto and Terra Madre in the 2008 edition) more than 30 projects relating to selling, transportation, and consumption systems for local food products were presented at the 2010 event. In fact, the packaging (primary, secondary and tertiary) industry also has to come from environmentally-friendly production systems and suggest new lifestyles and behaviours, not only supporting the protective function, but also a new communicative function, charged with identity and illustrations that allow consumers to recognise sustainable food production that has been protected and they have selected.

The quality of a product therefore becomes characterised by the sum of several factors, starting from the correct production of the product, to a responsible package design, from the logistics used to preserve its sensorial qualities, to the transportation and distribution phase. Each step

di trasporto e distribuzione. Ogni passaggio, deve favorire il generarsi di una nuova mentalità di produzione, distribuzione, consumo e, easyEATING, come d'altronde molte altre iniziative sviluppate durante la manifestazione, è stata una valida attività per stimolare i visitatori e gli operatori del settore agroalimentare, verso una progettazione più attenta alla sostenibilità ambientale e sociale, ipotizzando modelli virtuosi di manufatti per la fruizione e veicolazione del cibo.

Le azioni intraprese per ridurre l'impatto ambientale dell'evento hanno quindi coinvolto l'intero movimento organizzativo trasversalmente, intervenendo in modo innovativo ed efficace su aspetti organizzativi e logistici consolidati da tempo, con il fine di ridurre sprechi e inefficienze: fattori ambientali negativi non più giustificabili. Le edizioni 2008 e 2010 hanno dimostrato che brillanti e coraggiose idee devono essere seguite da scelte semplici ma decise, guidate tanto dal buon senso quanto dall'esperienza e messa a punto della ricerca.

In conclusione, l'applicazione del modello di evento a ridotto impatto ambientale alla prossima edizione del 2012, servirà a rafforzare la crescita di un sistema relazionale multiculturale e interdisciplinare, che attiverà un processo di apprendimento collettivo e di co-evoluzione. La maturazione di tale metodologia presso le aziende coinvolte, attori del sistema territoriale, si traduce, infatti, nella capacità di leggere ulteriori connessioni tra i soggetti produttivi e riconoscervi nuove opportunità, politiche di riequilibrio delle sinergie locali che consolidano i rapporti con settori limitrofi generando un nuovo modello economico ed una informazione di qualità, "cibo Buono, Pulito e Giusto per la mente".

La Regione Piemonte e la Città di Torino, storicamente orientate allo sviluppo sostenibile del territorio, si candidano quindi a diventare un polo attrattivo per l'apprendimento di questa metodologia con probabili ricadute progettuali su altre manifestazioni, eventi locali, nazionali e internazionali. In quest'ottica, segnaliamo un primo grande risulshould facilitate the generation of new mentalities for production, distribution, and consumption, and easyEATING, similarly to many other initiatives that were developed during the event, was a good opportunity to encourage visitors and operators in the food sector to plan for a more attentive environmental and social sustainability, proposing exemplary models of articles used to carry and serve food.

The actions taken to reduce the environmental impact of the event therefore transversally involved the entire organisational movement with innovative and effective actions on long-established organisational and logistical aspects, with the aim of reducing waste and inefficiency: negative environmental factors that are no longer justifiable. The 2008 and 2010 editions have shown that bright and bold ideas must be followed by simple but decisive choices, guided by both common sense, experience and the development of research.

In conclusion, the application of the low environmental impact event model in the next edition in 2012 will enhance the growth of a multicultural and interdisciplinary relational system, which will activate a collective learning and co-evolution process. In fact, the growth of this method in the companies involved, participants in the territorial system, translates into the ability to identify further connections between players in the productive system as well as new opportunities: policies aimed at balancing local synergies that strengthen relationships with adjacent sectors, generating a new economic model and quality information, "food that is Good, Clean and Fair for the mind". The Piedmont Region and the City of Turin, which

The Piedmont Region and the City of Turin, which are historically oriented towards sustainable development of the area, are therefore applying to become a educational point of reference for this type of design procedure, and are likely to have an impact other local, national and international events.

With this in mind, we report the first major



Immagine: archivio Slow Food Picture: Slow Food archive

tato raggiunto: la Città di Torino, con una mozione del Consiglio Comunale approvata all'unanimità, ha deciso di adottare le linee guida strategiche sviluppate per il Salone Internazionale del Gusto e Terra Madre 2008 e 2010, per la progettazione degli eventi organizzati nella Città a partire dal 2010. È nato quindi, un modello esportabile di evento sistemico a ridotto impatto ambientale, radicato e rappresentativo di un territorio.

achievement: the City of Turin, with a unanimous decision of the City Council, has decided to adopt the strategic guidelines developed for the 2008 and 2010 Salone Internazionale del Gusto and Terra Madre, to plan events to be held in the city starting in 2010.

An exportable model of a systemic event with reduced environmental impact rooted in and representative of an area, is born.

Per maggiori informazioni vedere il sito www.slowfood.it o www.salonedelgusto.it: "Un nuovo modello di evento".

For further information visit the websites www.slowfood.it or www.salonedelgusto.it: "A new event model".



Il progetto di packaging è uno dei temi tra i più interessanti per un designer per la vastità di implicazioni progettuali che investe: l'imballaggio è infatti elemento funzionale e di servizio, a metà strada tra il prodotto d'uso e di comunicazione. Racchiude requisiti di essenzialità fisica in virtù della sua vita limitata, e allo stesso tempo di robustezza e affidabilità per la protezione che deve garantire. In un buon progetto di packaging troviamo prestazioni che rispondono in maniera efficiente non solo alle esigenze dell'utente finale, ma anche a quelle legate alle dinamiche di produzione (economicità, semplificazione, ...), alla gestione dell'imballo nel suo percorso distributivo, alla questione ambientale. In tale sistema, parlando in particolare di imballaggio primario, quello che raggiunge il consumatore finale, possiamo definire alcune categorie di requisiti a cui riferirsi:

I **requisiti funzionali**, quelli legati alla capacità della confezione di proteggere e conservare il contenuto, favorirne il trasporto e lo stoccaggio e renderne agevole l'utilizzo da parte dell'utente. In tale ambito sono importanti le scelte relative ai materiali impiegati, alle caratteristiche formali per garantire impilabilità e manipolazione, alle soluzioni per agevolarne l'uso (apertura, chiusura, ergonomia, etc.).

I requisiti di comunicazione sono quelli che si rifanno invece alla prerogativa del packaging di essere uno strumento con un alto contenuto di servizio, che porta con sé le informazioni necessarie per essere riconosciuto e identificato, compreso e utilizzato. In tale contesto diventa centrale la capacità della confezione di parlare attraverso la forma, i materiali, la caratterizzazione grafica. Ricordiamoci che l'atto dell'acquisto passa fondamentalmente attraverso la capacità della confezione di persuadere l'acquirente della bontà del prodotto, prerogativa questa che si esplica attraverso un primo livello di carattere identificativo: la confezione deve essere cioè in grado di catturare

The packaging project is one of the most interesting topics for a designer for the vastness of design implications involved: packaging is indeed a functional and service element, halfway between product use and product communication. It contains the requisites for physical essentiality by virtue of its limited life, and at the same time strength and reliability for the protection that it should ensure. In a good packaging design we find services that efficiently respond not only to the requirements of the end customer, but also to those related to production dynamics (low cost, simplicity, ...), package handling, distribution and environmental issues. In this system, speaking in particular of primary packaging, which is what reaches the final consumer, we can define certain categories of requirements to refer to:

Functional requirements, those related to the ability of the package to protect and preserve the contents, facilitate transport and storage and make it easy to use by the consumer. In this area, choices related to the materials used, the formal characteristics that ensure stacking and handling, the solutions to facilitate their use (opening, closing, ergonomics, etc.) are all important.

Communication requirements are those that refer instead to the prerogative of the packaging to be a tool with a high service content, which carries the information needed to be recognized and identified, understood and used. In this context the ability of the package to speak through form and materials, graphic characterization becomes central. We must remember that the act of buying passes mainly through the ability of the package to persuade the buyer of the goodness of the product, a prerogative that is expressed through a first level of an identifying nature; the package must be able to capture the attention of the buyer and make the product recognizable even in other sales and consumption contexts. Furthermore, another crucial level is information: the packaging must l'attenzione dell'acquirente e conferire al prodotto una riconoscibilità anche in successivi contesti di vendita e consumo. Fondamentale è inoltre il livello *informativo:* il packaging deve essere in grado di fornire con chiarezza e sufficiente sintesi le informazioni necessarie per essere compreso (tipologia di prodotto contenuto, quantità, caratteristiche organolettiche e ingredienti, provenienza, data di scadenza, etc..) e utilizzato (modalità di apertura, eventuali soluzioni per il trasporto, modalità di smaltimento, etc.).

Terzo livello di comunicazione del packaging è quello persuasivo, quello in grado di indurre definitivamente all'acquisto. Tale livello può essere attivato attraverso azioni sensoriali, visive, tattili, uditive, talvolta addirittura olfattive, oltre che attraverso "escamotage" ludici nella presentazione del prodotto.

Una considerazione a parte va fatta per la comunicazione del prodotto alimentare tipico, dove cenbe able to provide a clear and adequate summary of information needed to understand the product (type of product contained within, organoleptic features and ingredients, origin, date, etc.) and use (how to open, any transportation solutions, disposal methods, etc.).

The third level of packaging communication is persuasion, that which can lead to the final purchase. This level can be activated through sensorial, visual, tactile, auditory actions and at times even through smell, as well as through playful "contrivances" when presenting the product.

Separate consideration should be given to communicating typical food products, where the central feature is to communicate the identity and the unique and unrepeatable value of the product, determined by its bond with the territory and the handmade dimension to which it belongs: the packaging must not only protect and sell, but it must also "tell a story" and participate front line in



trale è la prerogativa di comunicare l'identità e il valore unico e irripetibile del prodotto, determinato dal legame con il territorio e dalla dimensione artigianale di appartenenza: al packaging è cioè affidato il compito non solo di protezione e vendita, ma anche e soprattutto di "raccontare un storia" e partecipare in prima linea alla difesa e valorizzazione di una cultura di riferimento.

I requisiti ambientali invece nascono fondamentalmente dalla natura del packaging di essere il prodotto-rifiuto per eccellenza a causa della sua vita estremamente breve; basti ricordare che nel 2007 la produzione di rifiuti da imballaggi nei Paesi dell'Unione europea ha raggiunto gli 81,7 milioni di tonnellate1 con un peso di circa un terzo sul volume totale dei rifiuti solidi urbani. A rafforzare tale attenzione ai rifiuti da imballaggio è la stessa normativa europea, la cosiddetta "Direttiva Imballaggi"<sup>2</sup> che definisce una gerarchia di azioni prioritarie nella gestione dei rifiuti prodotti: la PREVENZIONE, il RICICLO, il RECUPERO. Ed è proprio l'attività preventiva quella che coinvolge da vicino l'azione progettuale: le soluzioni ideate dal designer di imballaggi, oggi più che mai non possono prescindere dalla riduzione della quantità di materiale impiegato, in termini di peso e volume, così come obbligata è una scelta qualitativa dei materiali stessi. Ridurre significa anche tendere alla monomatericità e al monocomponente della confezione, evitando per quanto possibile la presenza di materiali promozionali aggiunti, ma anche un eccessivo impiego d'inchiostri per la grafica o di colle, a favore di incastri e fissaggi a secco. Parlando quindi di gestione del fine-vita del prodotto da imballaggio, non solo ci si riferisce all'obiettivo di ridurre il materiale da rifiuto, ma anche all'opportunità d'impiegare materiali riciclabili o compostabili, così come di ritardare la messa in discarica del packaging prevedendo forme di riutilizzo. Per quanto riguarda invece l'impiego delle risorse, l'attenzione alla reperibilità delle materie prime attrathe defense and promotion of a reference culture. Environmental requirements however arise primarily from the fact that packaging is by nature the product-package waste par excellence because of its extremely short life; it is sufficient to remember that in 2007 the production of packaging waste in EU countries reached 81.7 million tons1 with a weight of about one third of the total volume of municipal solid waste. This attention to packaging wastes is confirmed by the so-called EU "Packaging Directive" which defines a hierarchy of priority actions for managing the wastes generated: PREVENTION, RECYCLING. RECOVERY. And it is this preventive activity that involves the design close up: the solutions devised by packaging designers today, more than ever before, cannot disregard reducing the quantity of materials used in terms of weight and volume, in the same manner as it is mandatory to select quality materials. Reducing also means striving for single materials and single components for packaging, avoiding to the greatest possible extent, the presence of any additional marketing materials, but also an excessive use of inks for graphics or glues, and to use joints and dry fasteners instead. Speaking therefore of end-of-life management of product packaging, we not only refer to reducing waste materials, but also to the possibility of using recyclable or compostable materials, as well as to delay scrapping packaging materials and instead consider their reutilization. As for the use of resources, attention to the availability of raw materials by using locally produced or widely available materials and techniques is another design approach to be encouraged.

Among the various packaging materials, paper plays an important role if we consider the volumes produced in this field<sup>3</sup>. For this reason, increased recycling of cellulose materials is a key factor for controlling emissions, together, however, with a

Source ISPRA - 2009 Waste Report

Directive 94/62/EC and subsequent changes and supplements, implemented in Italy by Legislative Decree 22/1997 and then Legislative Decree 152/2006

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Fonte ISPRA - Rapporto rifiuti 2009

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Direttiva 94/62/CE e successive modifiche e integrazioni, recepita in Italia dal D.Lgs 22/1997 e poi dal D.Lgs. 152/2006

verso l'impiego di materiali e tecniche di produzione locali o comunque diffusamente disponibili è un altro atteggiamento progettuale da incoraggiare.

Tra i materiali da imballaggio sicuramente quelli cartacei giocano un ruolo importante se ne consideriamo i volumi prodotti in tale ambito3. Per questo motivo l'incremento delle quote di riciclaggio dei materiali cellulosici è un fattore decisivo nel controllo delle emissioni, parallelamente però ad un atteggiamento consapevole nel suo impiego. Non esistono materiali più o meno sostenibili in senso assoluto: la sostenibilità del materiale è sempre da rapportarsi al contesto e all'uso che ne viene fatto. Pensando ad esempio a certi prodotti d'arredo in carta e cartone sviluppati negli ultimi anni (sedute, tavoli, librerie, etc.), non si può dire che il semplice fatto di impiegare tale materia prima, determini un manufatto sostenibile, proprio a causa della deperibilità dei materiali a base cellulosica (a meno di usi indiscriminati di colle, vernici, etc.). Diverso se tali manufatti sono sviluppati per attrezzature temporanee (manifestazioni, fiere, etc.), con finalità ludiche-didattiche, oppure quando la funzione di comunicazione è predominante. cioè nei casi in cui tali prodotti vogliono essere manifesto della versatilità del materiale. Viceversa. se un materiale ha una vita limitata non sarà meno ecosostenibile di uno più duraturo: anzi, sarà logico favorirne l'impiego nel settore del packaging, in cui il requisito di rapida obsolescenza è fondamentale.

L'utilizzo di materiali cartacei (carte, cartoni, cartoncini) risulta particolarmente efficace in tale ambito proprio per le caratteristiche di smaltibilità, riciclabilità, obsolescenza, ma anche in virtù della semplicità realizzativa, versatilità, economicità. Una delle caratteristiche più interessanti della carta è la possibilità di acquisire tridimensionalità grazie al solo sistema di piegatura, guadagnando funzione, resistenza, espressività, attraverso un

conscious attitude towards its use.

There are not materials that are more or less sustainable in an absolute sense: the sustainability of the material is always related to the context and the use made of it. Take, for example, some items of furniture made of paper and cardboard developed in recent years (chairs, tables, bookcases, etc.): we cannot say that the mere fact of using this raw material will produce a sustainable product, precisely because of the perishability of cellulose based materials (unless of course indiscriminate use is made of glues, paints, etc.). It is different if the artifacts are developed for temporary facilities (events, fairs, etc.), with recreational-educational purposes, or when communication predominates, i.e. in cases where these products want to point out the versatility of the material. On the other hand, if a material has a limited life it will not be less sustainable than a more durable material: indeed, it would be logical to encourage its use in the packaging sector, where the requirement for rapid obsolescence is fundamental.

The use of paper materials (paper, cardboard) is particularly effective in this area because of its disposability, recyclability, obsolescence, but also because of its simple design, versatility and affordability.

One of the most interesting features of paper is the possibility of acquiring three-dimensionality thanks only to the folding system, earning function, strength, and expressiveness through a simple gesture. And it is through the two-dimensional development study that it is possible to manage and reduce waste production, making the most of the paper available through optimal imposition of the shape and any additional components.

The most common semi-finished paper, sheets, with a variety of thicknesses (weight) and types, ensure precise control over the quantity of material used and then lead to different solutions, with varying degrees of complexity, functions and finish.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Circa il 40% dei rifiuti da imballaggio sono costituiti da carta e cartone (Fonte ISPRA - Rapporto rifiuti 2009)

Approximately 40% of packaging waste is made up of paper and cardboard (Source ISPRA – 2009 Waste Report)



semplice gesto. Ed è proprio nello studio dello sviluppo bidimensionale che è possibile gestire e ridurre gli scarti di produzione, sfruttando al massimo il foglio a disposizione attraverso l'imposizione ottimale della sagoma e di eventuali componenti aggiunti.

I semilavorati cartacei più diffusi, i fogli, presentando una gran varietà di spessori (grammatura) e tipologie, garantiscono un preciso controllo sulla quantità di materia impiegata e consentono di realizzare soluzioni sempre diverse, con vari gradi di complessità, funzioni e finitura.

Parlare di ecoefficienza del packaging, in particolare nel settore del prodotto alimentare, significa oggi adottare una consapevolezza nuova in grado di considerare l'intero ciclo di vita del sistema prodotto+imballaggio in un'ottica di filiera integrata e responsabiltà condivisa. Speaking of the eco-efficiency of packaging, particularly in the food sector, today means adopting new awareness capable of considering the entire life cycle of the product+packaging system with a view to an integrated supply chain and shared responsibility.

Sopra: alcune tipologie di carte da riciclo con differenti finiture superficiali.

Above: some types of recycled paper with differently finished surfaces.



L'imballaggio, come espressione simbolica di un brand e del consumatore che si riconosce nel prodotto acquistato, oggi si carica di funzionalità che vanno oltre il contenere e proteggere, per spingersi fino a diventare mezzi comunicativi ed educativi nell'ambito della sostenibilità ambientale.

Seppure il principio dell'ecocompatibilità di un oggetto (anche del prodotto packaging) dovrebbe ormai essere acquisito, il mercato presenta ancora molte carenze da questo punto di vista.

L'ambito progettuale dell'imballaggio, in particolare, non ha saputo rinnovarsi sfruttando l'occasione di una sempre maggiore richiesta di *riduzione dell'impatto ambientale* da parte del mercato e della società.

Anzi, negli ultimi anni, le confezioni, si sono arricchite di tecniche e tecnologie nuove che hanno portato ad una complessificazione del prodotto stesso e quindi a generare più alti impatti nella produzione e maggiori difficoltà in fase di smaltimento.

Molti sono i prototipi e le ricerche, davvero poche sono le produzioni che tengono conto di una riduzione dimensionale e materica o ancora meglio di una modifica del prodotto da imballare proprio con lo scopo di ottimizzare il packaging stesso.

Ma l'aspetto materico è solo uno dei fattori che può determinare l'insostenibilità di un progetto.

Anzi, la maggior parte degli oggetti, oggi, sono, o potrebbero agevolmente essere, in materiali riciclati e riciclabili, consumano meno energia, adoperano tecnologie a basse emissioni, etc; manca invece del tutto l'input a compiere comportamenti eticamente e ambientalmente corretti.

Il packaging, ancora una volta, può assolvere funzione di tramite tra produttore e consumatore per questi importante argomenti, diventando quindi strumento di comunicazione della e per la sostenibilità.

Comunicare la sostenibilità del prodotto contenuto e dell'imballaggio stesso è proprio uno dei fattori Packaging, as a symbolic expression of a brand and of the consumer who recognises him/herself in the purchased product, is now full of features that go beyond containment and protection, becoming a means of communication and education in the field of environmental sustainability.

Although the principle of eco-compatibility (even for the packaging product) should be long-acquired by now, the market still has many shortcomings from this point of view.

The field of packaging design, in particular, has not been able to renew itself on the wave of the growing demand for reduced environmental impact from the markets and society.

As a matter of fact, in recent years packaging has been enhanced using new techniques and technologies that have led to a complex version of the product, and thus generated higher impacts on production and greater difficulties in the disposal stage.

There are many prototypes and lots of research, however very few productions take a reduction in size and materials into consideration, let alone a change to the product to be packaged with to optimise the packaging itself.

However it is not only the material aspect that can determine the non-sustainability of a project.

Indeed, most of the objects today are or could easily be made of recycled materials and be recyclable, use less energy, use low emission technologies, etc.; instead, what is missing is the input for ethically and environmentally correct behaviour.

Once again, packaging can act as an intermediary between producer and consumer for these important issues, thus becoming a communication instrument of and for sustainability.

Communicating sustainability for the product contained and the packaging itself is currently just one of the innovative factors in this field. This has nothing to do with seeking stylistic languages that di innovazione del pack contemporaneo.

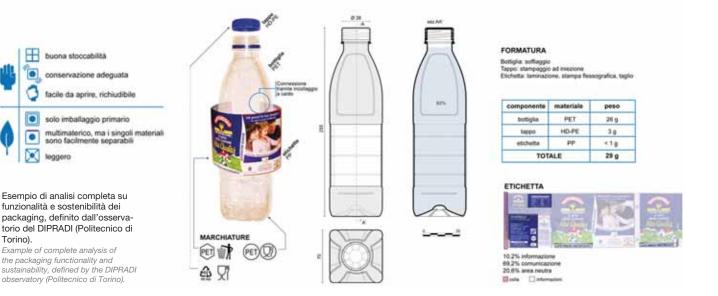
Non si tratta di cercare linguaggi stilistici che evochino il cosiddetto *green*, quanto, piuttosto, progettare soluzioni funzionali e formali in grado di rispettare le linee guida del design sostenibile<sup>1</sup>, divulgandone, al contempo, i principi basilari.

Tra questi, per esempio, il valore delle risorse, il non sprecare (che in un periodo di crisi economica diventa più comprensibile) e la coerenza dei valori qualitativi e quantitativi tra il contenuto e il contenitore. A questi aspetti si deve certamente connettere la progettualità grafica per divulgare i contenuti informativi sulla sostenibilità del prodotto. In tale contesto, la questione etichettatura diventa fondamentale, seppure non sufficiente, perché, in un sistema complesso, diventa difficile per gli utenti finali districarsi tra le numerose informazioni necessarie per essere consumatori consapevoli. Alle marchiature di legge si devono quindi as-

evoke the so-called green, but rather, designing formal and functional solutions that meet the eco-design guidelines<sup>1</sup>, whilst spreading basic principles at the same time.

These include, for example: resource values, no waste (which in a time of economic crisis becomes more understandable) and the consistency of qualitative and quantitative values between the contents and the container. These aspects must certainly relate to graphic design in order to disseminate information on product sustainability. In this context, the labelling issue becomes crucial, although not sufficient, because in a complex system it becomes difficult for the endusers to disentangle themselves from the vast amounts of information they need to be conscious consumers. Words and pictures (of course sincere) must be associated with legal brands in order to communicate how and why a product is

Paolo Tamborrini, "Sustainable design – objects, systems and behavior", Electa, Milan 2009.



<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Paolo Tamborrini, "Design sostenibile - oggetti, sistemi e comportamenti", Electa, Milano 2009.

Paolo Tamborrini, "Sustainable design –

sociare parole e immagini (naturalmente sincere) che sappiano comunicare in che modo e perché un prodotto è sostenibile. Non basta utilizzare la "parola magica", è indispensabile spiegare i motivi che rendono un prodotto ecocompatibile.

In che modo il packaging può inoltre indurre a comportamenti etici attraverso funzionalità nuove? Sovente gli imballi contemporanei ed ecosostenibili, come alcuni dei progetti easyEATING, svolgono funzioni nuove che aumentano la dignità del prodotto imballaggio, allungandone la vita d'uso con ricadute positive sulla riduzione dei consumi. Così facendo, si può insegnare il valore degli oggetti nel tempo, in opposizione al concetto di usa e getta che per molto tempo ha caratterizzato i nostri consumi e le nostre abitudini comportamentali. Semplicità e chiarezza nella scelta dei materiali e nei messaggi favoriscono certamente alcune prassi sostenibili, come la tanto amata e odiata raccolta differenziata. Amata perché si è ormai consci del valore etico ed economico dell'azione, odiata proprio perché quello che dovrebbe essere un gesto semplice viene complicato da scelte progettuali errate che innescano i dubbi sui materiali e la paura di sbagliare.

Se gli imballaggi in carta e cartone sono, ad esempio, facilmente riconoscibili e collocabili nel bidone giusto (non a caso la raccolta Comieco è sempre un dato in crescita negli anni), diverso è invece il caso di materiali compositi o accoppiati, spesso usati più per questioni estetiche che funzionali.

Ragionando secondo una metodologia progettuale sistemica che gestisce input e output dei processi e le relazioni tra le diverse fasi industriali², è fondamentale fare delle scelte rispetto ai materiali e alle funzioni degli imballi per definire a priori i comportamenti che si potranno innescare e quali potranno quindi essere i canali di raccolta e smaltimento. Tutto ciò soprattutto in una fase storica caratterizzata dalla rivalutazione delle economie locali, delle produzioni e dei relativi consumi consustainable. It is not sufficient to use the "magic word", it is essential to explain the reasons that make a product eco-friendly.

How can packaging also lead to ethical behaviour through new features?

Often contemporary and eco-friendly packaging, like some easyEATING projects, carry out new functions that enhance the dignity of the packaging product, extending its useful life with a positive impact on reducing consumption. In doing so, it is possible to teach the value of objects over time, as opposed to the disposable concept that has long characterised our consumption and behavioural habits.

The simplicity and clarity in choice of materials and messages certainly encourage some sustainable practices, like the much-loved and hated waste separation. Loved because we are now aware of the ethical and economic action, hated because what should be a simple gesture is complicated by bad design choices that trigger doubts on the materials and fear of making mistakes.

If paper and cardboard packaging are, for example, easily recognizable and can be placed in the right bin (in fact, the Comieco waste collection grows year by year), it is a different case for composites or laminates materials, often used for aesthetic rather than functional purposes.

According to the Systemic Design method, which handles the input and output of processes and the relationships between different industrial stages<sup>2</sup>, it is essential to make choices regarding packaging materials and functions, in order to identify behaviours that could be triggered and potential collection and disposal channels in advance. This is especially true in a particular historical period characterised by the revaluation of local economies, production and relevant consumption, in the same territorial context (Km 0).

That said, it is clear how complex design is and how many variables come into play in the production of

Food Publisher, Bra (CN), 2010.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Luigi Bistagnino, "Design Sistemico, progettare la sostenibilità produttiva e ambientale", Slow Food Editore, Bra (CN), 2010. Luigi Bistagnino, "Systemic Design, designing the productive and environmental sustainability", Slow

testualizzati nello stesso ambito territoriali (Km 0). Ciò detto, emerge come sia complessa la progettazione e quante variabili entrino in gioco nella produzione di un packaging sostenbile.

Per facilitare l'approccio design oriented descritto nel testo di Marco Bozzola alle pag. 14-19, l'osservatorio costituito nel 2005 all'interno del Dipartimento di Progettazione Architettonica e di Disegno Industriale (DIPRADI), in collaborazione con il corso di Requisiti Ambientali del Prodotto Industriale (Facoltà di Architettura I, Politecnico di Torino)<sup>3</sup>, sta effettuando uno screening completo del settore produttivo degli imballaggi secondo precise scelte metodologiche che indagano tutti gli aspetti del packaging: dai volumi ai pesi, dai materiali allo smontaggio dei componenti, dalla funzionalità al rapporto tra comunicazione ed informazione.

Un'analisi che fornisce un quadro d'insieme sulla situazione dell'imballaggio a livello di sostenibilità ambientale e costituisce un punto di partenza per la progettazione di imballi in ottica di ecocompatibilità. Tre contesti (personale, ambientale e sociale) racchiudono gli imballaggi in dodici macrocategorie, secondo differenti dinamiche fruitive e relazionali con il consumatore. Ciascuna categoria viene considerata in ogni sua espressione tipologica di packaging e l'analisi comparata dei diversi imballaggi appartenenti ad una stessa tipologia di prodotto fornisce i primi risultati sui tipi più comuni e sulle criticità ambientali.

Ogni prodotto è analizzato attraverso uno smontaggio ed un esploso del pack che consente l'analisi dell'etichettatura, individuando le aree dedicate all'informazione e alla comunicazione; l'individuazione dei materiali; lo studio del peso dei singoli componenti e del packaging complessivo, gli ingombri e lo sfruttamento corretto degli spazi e la valutazione sintetica sulla funzionalità dell'imballaggio.

Il confronto incrociato di tutti i dati risultanti da queste prime analisi consente una mappatura dei sustainable packaging.

To facilitate the design-oriented approach described in the paragraph written by Marco Bozzola on pages 14-19, the observatory set up in 2005 within the Department of Architectural and Industrial Design (DIPRADI), in collaboration with the course on Environmental Requirements of Industrial Products (Faculty of Architecture I, Politecnico di Torino)³, is conducting a complete screening of the packaging production sector according to specific methodological choices that examine all aspects of packaging: from volumes to weights, from materials to the disassembly of components, from functionality to the relationship between communication and information.

It is an analysis that provides an overview of the packaging situation with regards to environmental sustainability, as well as a starting point for the design of packages aiming at environmental compatibility. Three contexts (personal, environmental and social), divide the packaging into twelve major categories, according to different relational and usage dynamics with the consumer. Each category is considered in all its forms and types of packaging, and a comparative analysis of the various packages belonging to a given type of product provides the first results on the most common types and on environmental problems.

Each product is analysed through disassembly and an exploded view of the package that makes possible to analyse the labelling and to identify the areas dedicated to information and communication; the identification of materials; a study of the weight of each single component and overall packaging, the obstruction and proper exploitation of spaces and a brief evaluation on the functionality of the packaging.

The results of the cross analysis of all data obtained from the first round, provide a map of the general characteristics and the issues related to packaging solutions on the market. The simplified LCA

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Il team di ricerca è costituito da Paolo Tamborrini, Silvia Barbero, Clara Ceppa, Gian Paolo Marino, Amina Pereno, Dario Toso.

The research team is made up of: Paolo Tamborrini, Silvia Barbero, Clara Ceppa, Gian Paolo Marino, Amina Pereno, Dario Toso.

PRODOTTO	PESO PRODOTTO	PESO PACK % sul peso tot	VOLUME RIEMPITO	COSTO PROD/kg	COSTO PACK*	MATERIALI	SEPARAZ. MATERIALI	LAVORAZIONI	CHIUSURA	COLLA	ADESIVE	MARCHI AMBIENT	TRASP."	VALUTAZ
tomo	2 x 125 g	20 g 7,4%	73%	5,56 €/kg	0,11 €	cartone PS alluminio	8	termoformatura cartotecnica laminazione	(D)(1)	SI	NO	�� ▽ <b>fù</b>	158 km	
	500 g	15 g 2,9%	74%	1,5 €/kg	0,02 €	PS alluminio	0	termoformatura laminazione	00	NO	NO	@ 97	147 km	
	1000 g	48 g 4,5%	68%	2,79 €/kg	0,13 €	рр		stamp. iniezione laminazione	00	NO	NO	<b>₽</b> ∇1	947 km	6
	150 g	9 g 5,6%	57%	5,67 €/kg	0,05 €	PS carta	8	termoformatura laminazione		NO	sı	4	617 km	
	6x 90 g	60 g 10%	75%	6,13 €/kg	0,37 €	HD-PE carta alluminio BOPP		termoformatura cartotecnica laminazione	000	sı	NO	配合収象	158 km	6



caratteri generali e delle problematiche dei packaging presenti sul mercato. Segue l'analisi di LCA semplificata, basata sull'Embodied Energy (EE) e Global Warming Potential (GWP)<sup>4</sup>, in modo da rilevare le fasi più impattanti dell'intero ciclo di vita dell'imballaggio.

Dal confronto dei dati risultati dall'analisi complessiva, si comprendono gli aspetti sui quali agire per migliorare gli imballi esistenti e si iniziano a definire le linee guida per una progettazione ex novo. Dalla composizione dello scenario esigenziale dei packaging si giunge, infine, alla proposta di un insieme di linee guida specifiche per settore per la progettazione di un nuovo e sostenibile imballaggio.

analysis follows, based on Embodied Energy (EE) and Global Warming Potential (GWP)<sup>4</sup>, in order to detect the phases that most impact the life cycle of the packaging.

By comparing the results of the overall analysis, we are able to understand the aspects to act upon in order to improve existing packaging and begin to define guidelines for from-scratch designs. From the composition of the scenario of packaging needs it is finally possible to propose a set of specific guidelines for this sector to design new and sustainable packaging.

Sopra: esempi di risultati delle cross analysis quali-quantitative dell'analisi LCA.

Above: examples of results of qualitative-quantitative cross analysis of the LCA analysis.

The EE indicates the quantity of energy (in MJ) that is used for processes that lead to the transformation of raw materials into finished products.

The GWP indicates the impact formed by emissions of carbon dioxide and other gases responsible for the greenhouse effect.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> L'EE indica la quantità di energia (in MJ) che viene utilizzata per i processi che portano alla trasformazione della materia prima in prodotto finito.

Il GWP indica l'impatto costituito dalle emissioni di biossido di carbonio e dagli altri gas ritenuti responsabili dell'effetto serra.

Packaging, sostenibilità e sensorialità Packaging, sustainability and sensory perception Cristina Allione, Claudia De Giorgi, Beatrice Lerma CRISTINA ALLIONE Architetto, PhD in Innovazione Tecnologica per l'Architettura e il Disegno Industriale, Assegnista di Ricerca DIPRADI – Dipartimento di Progettazione Architettonica e Disegno Industriale del Politecnico di Architect, PhD in Technological Innovation for Architecture and Industrial Design, Research Fellow at DIPRADI -Department of Architectural and Industrial Design at the Politecnico di Torino. CLAUDIA DE GIORGI Architetto, ricercatore in Disegno Industriale, DIPRADI -Dipartimento di Progettazione Architettonica e Disegno Industriale del Politecnico di Torino Architect, Researcher in Industrial Design at DIPRADI -Department of Architectural and Industrial Design at the Politecnico di Torino. BEATRICE LERMA Designer, PhD in Ingegneria dei Sistemi per la Produzione Industriale (Disegno Industriale), Assegnista di Ricerca DIPRADI – Dipartimento di Progettazione Architettonica e Disegno Industriale del Politecnico di Designer, PhD in Industrial Production System Engineering (Industrial Design), Research fellow at DIPRADI -Department of Architectural and Industrial Design at the Politecnico di Torino.

Il packaging è il primo "ingrediente" del prodotto alimentare ad entrare in contatto con noi.

Occhieggia dagli scaffali del supermercato, offre la sua etichetta ad una nostra lettura più attenta, anticipa il piacere della degustazione del contenuto e quindi, se ci ha convinti, "scivola" dalle nostre mani nel carrello della spesa.

E poi, una volta trasportato a casa, è riposto in dispensa o aperto già per cena (con o senza l'aiuto di strumenti), utilizzato secondo criteri più o meno intuitivi per dosare o consumare il contenuto, e infine, una volta svuotato accartocciato compattato disassemblato raccolto in bidoni differenziati. Insomma, dismesso.

È una vita breve e difficile, quella del packaging. Eppure, molto intensa.

Dimesso e in secondo piano fino a qualche tempo fa, l'imballaggio è oggi sempre più oggetto di attenzioni da parte di chi, nel marketing come nello sviluppo prodotto o nel design strategico, si sta accorgendo che è fondamentale progettare il "guscio" insieme al tuorlo.

L'uovo. Il packaging perfetto: sottile, leggero e resistente.

E quindi l'arancia, dalla buccia antiurto morbida e profumata, utilizzabile anche per aromatizzare... La prende ad esempio Bruno Munari¹ per argomentare che nulla è più perfetto della natura, a progettare.

Per i designer c'è ancora dunque tanto da imparare, e sperimentare, in materia di packaging.

Ma il momento è proficuo. La sensibilità delle aziende e dei consumatori verso la necessità di un packaging sostenibile, e parallelamente la richiesta da parte del pubblico di imballaggi contenuti ma comunicativi, con caratteristiche sensoriali (tatto migliorato, profumazioni, suono dell'apertura del pack) studiate per anticipare o amplificare l'esperienza del consumo del prodotto, sono in fase di forte crescita.

Sempre più diffusi sono gli esperimenti che si stanno facendo nel campo del packaging di merendiPackaging is the first "ingredient" of food products we come into contact with.

It peeps out from supermarket shelves, providing its label for a closer look, anticipating the pleasure of tasting the contents, and then, when convincing, it "slides" from our hands into the shopping cart.

Once brought home, it is stored in the pantry or opened for dinner (with or without the aid of instruments), used in a more or less intuitive manner to dose or consume the contents. Lastly, once emptied, it is crumpled up compacted disassembled and collected in the appropriate waste separation bins. In short, abandoned.

Packaging has a short and difficult life.

Yet, very intense.

Dismissed and kept in the background until some time ago, packaging is now receiving increasing attention from those who, in both marketing and product development or strategic design, are finding that it is essential to design the "shell" as well as the yolk.

The egg. The perfect packaging: thin, lightweight and durable.

And then there is the orange, with its shock-resistant, soft, scented peel that can also be used to add flavour... This is an example borrowed from Bruno Munari<sup>1</sup> to state that nothing is more perfect than nature in its design.

For designers, there is still so much to learn and experiment in the field of packaging.

But time is valuable. Business and consumer sensitivity to the need for sustainable packaging, and the parallel demand from the public for reduced, but communicative packaging, with sensory characteristics (improved feel, smells, sounds when opening the pack) designed to anticipate or amplify the experience of consuming the product, are growing considerably.

Increasingly popular are the experiments being made in the packaging of snacks and chips: packages that have to "crackle", where materials have a vital role in producing sounds that are

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Munari B., "Good Design", Edizioni Corraini, Mantova, 2003

Sotto: Packaging e sostenibilità: Indice di Pollenzo – Poliedro, il caso studio del cioccolato. Criteri di valutazione adottati per l'analisi dei packaging esistenti sul mercato ed esempio di schedatura di un prodotto.

Below: Packaging and sustainability: Pollenzo – Poliedro Index, the case study of chocolate.

Evaluation criteria adopted to analyze packaging that exists on the market and an example of product filing.

ne e patatine: confezioni che devono fare "crock", dove i materiali hanno un ruolo fondamentale per produrre suoni stimolanti per il consumatore. Ma se da un lato si pensa a creare nuove sensazioni che stravolgano l'impatto classico con il cibo, senza cambiare sostanzialmente il rito del consumo, dall'altro vi sono delle invenzioni che invece lo modificano completamente: foglietti di aroma alla ciliegia, alla menta, che svaniscono in bocca in pochi secondi, e lasciano solo il sapore. Altre novità riguardano il packaging degli alimenti, non più da gettare via: confezioni in materiale commestibile, pellicole alimentari a base di amidi, polisaccaridi od oli vegetali, per sostituire quelle utilizzate abitualmente.

Ma ottenere nuovi packaging integrati con il contenuto che rispondano a caratteristiche funzionali, comunicative e contemporaneamente di sostenibilità e sensorialità, non è uno scherzo.

Occorre disporre di riferimenti scientifici e meto-

exciting to the consumer. However, while on the one hand the expectation is to create new feelings that overturn the traditional impact with food, without substantially changing the ritual of consumption, on the other there are inventions that change everything: cherry or mint flavoured thin sheets that melt in the mouth in seconds, leaving only the flavour. Other new features concern food packaging that no longer has to be thrown away: edible packaging material, starch-based food film, polysaccharides or vegetable oils to replace traditional film.

However, obtaining new packaging that is integrated with the contents, meeting the functional and communicative characteristics whilst being sustainable and stimulating for the senses, is no joke.

The idea requires scientific support and procedures that can aid the designer in the different activities that packaging design requires. This is where



dologie in grado di supportare il designer nelle diverse attività che la progettazione del packaging prevede. L'Università ha proprio questo ruolo: fornire linee guida, referenze e strumenti per la progettazione più evoluta.

Molte ricerche sono oggi in atto al Politecnico di Torino – Design, sul settore del packaging; un filone in particolare tenta di definire metodologie e strumenti atti a sostenere una progettazione sostenibile degli imballaggi, in grado di gestire le variabili ambientali, di tipo qualitativo e quantitativo, secondo un approccio progettuale orientato al ciclo di vita.

La ricerca trova un bacino di sperimentazione nel progetto *Indice di Pollenzo - POLIEDRO*<sup>2</sup>, il cui proposito è sviluppare un sistema di valutazione del prodotto agro-alimentare capace di riassumere il principio di buono, pulito e giusto e quindi di tenere nella medesima considerazione le variabili ambientali, sociali e di qualità che influenzano le prestazioni del prodotto agroalimentare lungo il suo intero ciclo di vita.

In questa ricerca multidisciplinare, l'unità di Design è coinvolta con il fine di delineare i criteri di valutazione del packaging che dovranno andare ad integrarsi nel più ampio sistema di valutazione del prodotto agroalimentare dell'indice di Pollenzo.

Nello specifico, la ricerca è partita dall'analisi di tre casi studio: il cioccolato, le bevande alcoliche, la carne. Tramite l'analisi dello stato dell'arte del packaging di queste tre categorie, sono stati individuati requisiti afferenti alle esigenze ambientali, funzionali e comunicative che il buon packaging dovrà assolvere lungo il suo intero ciclo di vita.

Esigenze ambientali che rimandano al consumo di risorse ed energia, e alla produzione di rifiuti ed emissioni in ambiente. Esigenze funzionali che rimandano al bisogno di utilizzare il packaging correttamente, ed infine esigenze comunicative che richiamano il bisogno di riconoscere ed identificare il contenuto, ponendo una particolare attenzione alla sensorialità e alla percezione cognitiva a cui

the University comes in: to provide guidelines, references and tools for more advanced designing. Many studies on the packaging industry are now underway at the Politecnico di Torino - Design; one area of study in particular is attempting to define methodologies and tools to support sustainable packaging design, capable of handling environmental variables, such as quality and quantity, using a life-cycle oriented approach to research.

Research has found an experimental field in the Pollenzo Index - POLIEDRO<sup>2</sup>, project, aimed at developing an evaluation system for agricultural food products that is able to summarize the principles of good, clean and fair, therefore also accounting for environmental, social and qualitative variables that influence the performance of the food product along its entire life cycle.

In this multidisciplinary research, the Design unit is involved to provide an outline for the criteria to assess packaging, which will have to fit into the broader food-product assessment system of the Pollenzo Index.

Specifically, the study began from an analysis of three case studies: chocolate, alcoholic beverages, and meat. By analysing the state of the art of packaging for these three categories, they identified requirements relating to environmental, functional and communication needs that proper packaging has to accomplish throughout its lifecycle.

These included: environmental requirements regarding the use resources and energy, as well as generation of waste and emissions into the environment; functional requirements regarding the need to use packaging correctly, and lastly communication needs regarding the need to recognise and identify the contents, with particular focus on the sensory and cognitive perceptions stimulated by the different packaging.

However, whilst there are regulations and procedures for environmental assessments to refer to as far as the functional and environmental requirements

<sup>2</sup> POLIEDRO, Pollenzo Index environmental and economics. ricerca in corso, finanziata dalla Regione Piemonte (Bando di Scienze Sociali e Umane), che coinvolge unità di ricerca afferenti a diverse istituzioni: Università degli Studi di Scienze Gastronomiche, Politecnico di Torino (DIPRADI Dipartimento di Progettazione Architettonica e Disegno Industriale), Università degli Studi di Torino (Dipartimento di Scienze Merceologiche, Dipartimento di Scienze Sociali e Dipartimento di Economia Aziendale). POLIEDRO, Pollenzo Index

environmental and economics, research underway, funded by the Piedmont Region (Social and Human Sciences Call for Tender), which involved research units belonging to different institutions: University of Gastronomic Sciences, Politecnico di Torino (DIPRADI Department of Architectural and Industrial Design), University of Studies of Turin (Department of Commodity Sciences, Department of Social Sciences and the Department of Business Administration).

rimandano i diversi packaging.

Ma mentre per i requisiti funzionali ed ambientali esistono normative vigenti e metodologie di valutazione ambientale a cui fare riferimento, un'area ancora da indagare è quella legata ai requisiti comunicativi e alla percezione sensoriale.

L'attenzione alla sensorialità, infatti, comincia ad investire il settore del packaging con forza, e sempre di più lo farà. Nell'ipervirtualità in cui viviamo, riappropriarsi di sensazioni piacevoli nella manipolazione e nell'utilizzo dell'involucro che veicolino il valore del contenuto (gastronomico, culturale, sociale) è infatti una necessità che si sta facendo pressante.

A nostra disposizione, una grande quantità di nuovi materiali con caratteristiche particolari dal punto di vista visivo, tattile, olfattivo...

Pigmenti ad effetto, vernici luminescenti, "soft touch", pellicole tridimensionali che creano giochi di luce ed interferenze visive se varia l'angolo d'osservazione, plastiche, metalli, carte, legni morbidi e vellutati, ad effetto "pelle di pesca", pannelli sandwich, tessuti, plastiche, carte, inchiostri profumati, microincapsulati con essenze profumate e principi attivi...

Per districarsi nel labirinto dei nuovi materiali, caratterizzati da molteplici qualità espressivo-sensoriali, un aiuto alla progettazione sensoriale è dato da strumenti dedicati alla valutazione delle sensazioni: strumenti empirici, grazie ai quali è l'Uomo, con la sua esperienza e la sua cultura, il vero e proprio mezzo di misurazione e valutazione. Ne sono un esempio il Sensotact®³, per la misura delle sensazioni percepite tramite il tatto e il SounBe®, strumento messo a punto e brevettato dal gruppo di Design⁴ del Politecnico di Torino per la valutazione e descrizione qualitativa dei suoni prodotti da materiali appartenenti a diverse famiglie materiche e sollecitati secondo differenti e precise metodologie.

L'attenzione alle variabili sensoriali deve comun-

are concerned, the area linked to communication requirements and sensory perception is still to be investigated.

Attention to the senses is in fact beginning to hit the packaging industry hard, and will continue to do so. In the hyper virtuality in which we live, the need to return to the pleasant sensations felt when handling and using the wrapping, which transmits the value of the contents (gastronomic, cultural, and social) is becoming insistent.

There is a vast quantity of new materials with special visual, tactile, olfactory characteristics to choose from...

Effective pigments, luminescent paint, "soft-touch", three-dimensional films that create light effects and visual interferences when changing the angle of observation; plastics, metals, paper, soft woods with a velvety "peach skin" effect, sandwich panels, fabrics, plastics, paper, scented inks microencapsulated with perfumed oils and active ingredients...

To untangle ourselves from the maze of new materials, characterised by multiple expressive and sensory qualities, sensory design is aided by tools for assessing sensations: empirical tools, thanks to which Mankind, with his experience and culture, is the actual means of measurement and evaluation. One example is Sensotact®³, used to measure sensations perceived through touch, and SounBe®, an instrument developed and patented by the Design group⁴ of the Politecnico di Torino for the evaluation and qualitative description of sounds produced from materials belonging to different families and activated according to specific procedures.

Attention to sensory variables must still be combined with design practices that are aware of the demand for sustainability.

Not only enthusiasm for soft rustling or velvety materials, but LCA verification of environmental impact of possible new materials for the packaging

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Sistema di riferimento universale creato nel laboratorio di analisi sensoriale del Technocentro della Renault e sviluppato sul mercato dall'agenzia francese Quite&Sense.

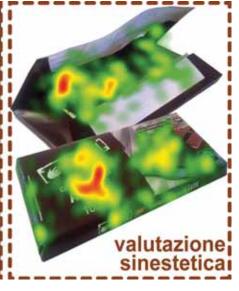
Universal reference system created in sensorial studies laboratory of the Renault Technocentre and developed on the market by the Quite&Sense french agency.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Brevetto del Politecnico di Torino, inventori Claudia De Giorgi, Arianna Astolfi, Eleonora Buiatti, Beatrice Lerma, Francesca Arato, Doriana Dal Palù deposito in data 3 febbraio 2011, n.TO2011A000089.

Patent of the Politecnico di Torino, inventors Claudia De Giorgi, Arianna Astolfi, Eleonora Buiatti, Beatrice Lerma, Francesca Arato, Doriana Dal Palù – deposited on 3 February 2011, n.TO2011A000089







que essere coniugata con una prassi progettuale consapevole delle istanze della sostenibilità.

Non solo entusiasmo per materiali morbidi fruscianti o vellutati, ma verifica in ottica di LCA dell'impronta ambientale, dei possibili nuovi materiali per il progetto del packaging.

E viceversa. Non solo materiali riciclabili o classificabili a basso impatto, ma scelta dei più adeguati per i differenti usi (dalla borsa della spesa all'involucro del cioccolatino, alla scatola del caffè) e per le diverse aspettative percettive (tattili, sonore, olfattive) che ha il consumatore.

Obiettivo, progettare e produrre imballaggi che siano sostenibili ma anche più soddisfacenti nel loro uso, e "belli" in senso sinestetico, per fare in modo che si scelgano proprio quelli.

Se ancora non esistono, non vuol dire che non esisteranno mai.

project.

And vice versa: not only recyclable materials or materials classified as low impact, but the most appropriate materials selected for the different uses (from shopping bags to chocolate wrapping, to the coffee box) and for the consumer's different expectations and perceptions (touch, sound, smell). The aim: to design and produce packages that are sustainable but also more satisfactory to use, and "beautiful" in synaesthetic sense, so that they are the ones selected.

If they still do not exist, that does not mean that they never will.

Sopra: Packaging e sensorialità: approccio multisensoriale ai materiali e al progetto attraverso l'uso del Sensotact® e dell'Eyetracking, metodologia di tracciamento oculare, utilizzata a supporto degli studi di scienze cognitive.

Above: Packaging and sensory perception: a multisensory approach to materials and design through the use of Sensotact® and Eye-tracking, used to support studies of cognitive science.

Easy eating: scenari di trasporto e consumo dei prodotti all'interno del Salone Internazionale del Gusto Easy eating: product transportation and consumption scenarios within the Salone Internazionale del Gusto **Dario Toso** Ecodesigner, assistente ai Corsi di Design per la Comunicazione Visiva e Cartotecnica e Imballaggio presso il Corso di Laurea in Design e Comunicazione Visiva del Politecnico di Torino. EcoDesigner, assistant for the Courses on Design for Visual Communication and Paper Transformation and Packaging at the University Course in Graphic and Virtual Design at the Il Salone Internazionale del Gusto, giunto nel 2010 alla sua 8° edizione, rappresenta un'occasione d'incontro e di condivisione di valori e saperi che, partendo dal cibo come bisogno primario, abbracciano un nuovo modello di consumo caratterizzato da una visione orientata alla sostenibilità: ambientale, sociale ed economica.

Per usare le parole di chi questo Evento lo ha pensato e organizzato, il Salone del Gusto "è il luogo dove si realizza una fitta rete di relazioni nel nome di un cibo sostenibile".

Il percorso progettuale degli studenti del Corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale del Politecnico di Torino, è iniziato quindi con l'analisi dello Scenario che descrive il Salone del Gusto ed in particolare le modalità di consumo durante l'evento.

La costruzione dello Scenario costituisce il momento centrale della ricerca meta-progettuale in cui si accumulano come massa critica valori sociali, culturali, etici, ambientali, tecnologici, caratterizzanti l'ambito allargato d'indagine.

Scopo di tale fase è la definizione dei target di utenza e delle modalità di consumo dei prodotti enogastronomici in cui le soluzioni progettuali andranno a collocarsi.

Questa fase porta ad individuare le linee guida progettuali attraverso un'attenta analisi dei requisiti e delle prestazioni richieste al nuovo prodotto.

Gli studenti hanno in questo modo costruito uno Scenario in grado di accogliere sia i contenuti valoriali associati alla logica del "Buono, Pulito e Giusto" propri della cultura di SlowFood, sia gli aspetti più tecnici e funzionali relativi alle modalità di esposizione e fruizione del cibo all'interno dell'evento specifico.

Il consumo di un prodotto tipico all'interno del Salone del Gusto si fa carico, infatti, di valori e connotazioni che vanno ben al di là delle semplici considerazioni funzionali e pratiche.

È un consumo che, nell'accezione più ampia del termine, supera la definizione tradizionale indissolubilmente legata alla crescita quantitativa illimitata, ponendo al centro l'uomo che diventa soggetto

The Salone Internazionale del Gusto, which reached its 8th edition in 2010, provides an opportunity to meet and share the values and knowledge that, evolving from food as a primary need, embrace a new consumption pattern characterised by a vision oriented towards sustainability: environmental, social and economic.

In the words of its planner and organiser, the Salone del Gusto "is the place to build a dense network of relationships in the name of sustainable food".

The design process of the students of the Degree in Graphic and Virtual Design of the Politecnico di Torino started with the analysis of the typical scenario of the Salone del Gusto event, particularly consumption patterns.

The construction of the Scenario is the fundamental phase of the meta-research project, in which the social, cultural, ethical, environmental, and technological values that characterise a wider field of investigation, accumulate like a critical mass.

The purpose of this phase is to define target users and the type of food and wines for the design solutions.

This phase identifies the design guidelines through the careful analysis of the requirements and performance required from the new product.

The students therefore constructed a Scenario to accommodate both the values associated with the logic of "Good, Clean and Fair" – belonging to the Slow Food culture - and the technical and functional aspects regarding the exhibition and consumption methods for food within a specific event.

The consumption of a typical product inside the Salone del Gusto, in fact, embodies values and connotations that go far beyond simple functional considerations and practices.

It is a type of consumption which, in the broadest sense of the term, exceeds the traditional definition that is inextricably linked to an unlimited growth in quantity, focusing the attention on mankind who becomes an aware consumer and on his needs. Here, therefore, we are talking about a "new consumption mode", in which the relationship consapevole e i sui bisogni reali. Si parla quindi di una "nuova modalità di consumo" in cui il rapporto tra il produttore, la terra e il soggetto che consumerà il cibo riacquista una valenza forte, carica di valori etici, ambientali e sociali veicolati dal prodotto enogastronomico stesso che diventa portavoce di questa rinnovata sensibilità.

Un consumo attento e rispettoso del cibo, della sua provenienza, della terra su cui è maturato, delle persone che lo hanno prodotto, attraverso un atteggiamento consapevole e lungimirante, in netto contrasto con la logica dell'usa e getta, con il "fast", e più in generale con un intero sistema non più sostenibile.

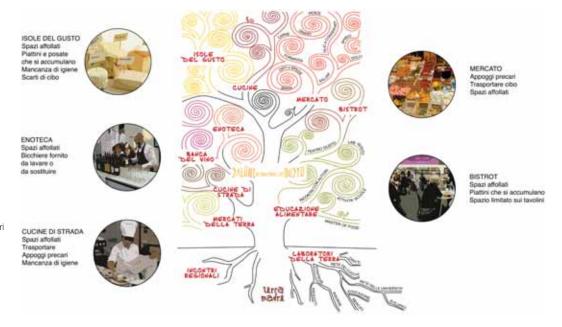
A partire da queste considerazioni gli studenti si sono quindi confrontati con le caratteristiche della produzione agroalimentare tipica esposta al Salone del Gusto, strettamente connessa con il territorio, con la valorizzazione delle risorse locali, della cultura e delle tecniche di lavorazione consolidate in

between the producer, the land and the consumer returns to be a strong factor, charged with ethical, environmental and social values conveyed by the food and wine products, which become spokesmen for this renewed sensitivity.

Careful consumption, respectful of food, its origins, the land on which it is grown, the people who produced it, through a conscious and forward-looking attitude, in sharp contrast with the idea of disposable, or "fast", and, more generally, with an entire system that is no longer sustainable.

Based on these considerations, the students were confronted with the characteristics of typical agricultural food exhibited at the Salone del Gusto, which is closely connected with the territory, with the use of local resources, culture and processing techniques established over centuries of history according to values that constitute an irreplaceable asset of knowledge and expertise.

In the context of the Good, Clean and Fair values



A lato: schema relativo agli scenari di consumo individuati (a cura di G.Alba, D.Andidero, L.Gerbi, E.Giovannoni, O.Nasser).

Side: diagram relative to the consumption scenarios identified (by G.Alba, D.Andidero, L.Gerbi, E.Giovannoni, O.Nasser).

secoli di storia secondo valori che costituiscono un patrimonio insostituibile di saperi e conoscenze.

Contestualmente ai valori propri della cultura del Buono Pulito e Giusto caratterizzanti l'Evento Salone Internazionale del Gusto, l'analisi si è focalizzata sull'indagine delle modalità di esposizione e fruizione dei prodotti tipici con la volontà di osservare e approfondire gli aspetti pratici e funzionali della degustazione itinerante tra gli stand. In particolare, la riflessione si è concentrata sul concetto di consumo del cibo in condizioni dinamiche, secondo esigenze strettamente connesse all'atto dello spostarsi e alla mancanza di riferimenti fissi.

Nello specifico lo scenario di visita all'interno del Salone del Gusto offre diverse situazioni di consumo del pasto: dalle aree attrezzate all'interno degli stand che garantiscono un ambiente relativamente confortevole a situazioni di fortuna in cui si può avere la necessità di degustare e assaggiare particolari prodotti muovendosi da un punto all'altro senza poter contare su supporti e appoggi specifici.

Sono stati individuati secondo questa caratterizzazione tre specifici ambiti di consumo:

- Ristoranti e luoghi già attrezzati al consumo di cibo (l'Enoteca, il Cocktail Bar, etc.).
- Stand dei produttori (il Mercato, i Presidi Slow Food, etc.).
- "Pic-nic" in fiera (le Cucine di Strada, etc.).

Il risultato di questa complessa analisi di Scenario ha portato alla definizione delle linee guida progettuali che hanno messo a sistema i valori del nuovo modello di consumo con le caratteristiche di sostenibilità ambientale, valorizzazione del prodotto, ergonomia, sicurezza, protezione, leggerezza richieste ai contenitori e sistemi per la vendita, trasporto e consumo di prodotti agroalimentari tipici adatti ad essere distribuiti all'interno del Salone Internazionale del Gusto di Torino.

L'attività di progetto si è sviluppata quindi tra aspetti più consolidati legati alla funzionalità d'uso e di gestione per una fruizione nomade e "non strutturata" all'Interno del Salone, ma anche tra i valori di un modello di consumo nuovo, carico di valori etici that characterise the Salone Internazionale del Gusto event, the analysis focused on a study of methods to display and use local products, with the desire to observe and study the practical and functional aspects of wine and food tasting tours among stands. In particular, the discussion focused on the concept of food consumption under dynamic conditions, based on needs closely related to movement and lack of fixed references.

The specific scenario of visiting the Salone del Gusto provides a variety of situations of meal consumption: from indoor picnic areas set up among the stands that provide a relatively comfortable situation where it is possible to taste and sample special products, moving from one point to another, without any specific supports or rests.

Based on these characteristics, three specific consumption areas were identified:

- Restaurants and places already set up for food consumption (Wine Bar, Cocktail Bar, etc.).
- Producer Stands (Market, Slow Food, etc.).
- "Picnic" at the Fair (Street kitchens, etc.).

The result of this complex scenario analysis led to the definition of design guidelines that created a system of values for the new consumption pattern with the characteristics of environmental sustainability, product development, ergonomics, safety, protection, lightweight containers and systems for the sale, transport and consumption of traditional food products that are suitable for distribution within the Salone Internazionale del Gusto in Turin. The project then developed following the more consolidated aspects linked to the use and management features for a nomadic and "unstructured" use inside the Fair, but also following the values of a new model of consumption, bearing the ethical and social values that packaging should be able to interpret and transmit. This is packaging that should be able to enhance and emphasise the taste of food, facilitate tasting, but also bring the consumer and the producer closer, to convey knowledge, encourage sustainable attitudes towards the environment and the people that use it.

e sociali che l'imballaggio deve saper interpretare e trasmettere. Un imballaggio capace di valorizzare il sapore del cibo, enfatizzarne il gusto, agevolarne la degustazione, ma anche in grado di avvicinare il consumatore al produttore, capace di trasmettere conoscenza, di indurre atteggiamenti sostenibili nei confronti dell'ambiente e delle persone che lo utilizzano.

L'imballaggio, sempre più spesso considerato come icona negativa dell'emergenza rifiuti, deve in questo contesto riacquisire una dignità ambientale, comunicativa e pedagogica integrandosi completamente nel sistema naturale diventando risorsa e non problema.

Lo sforzo progettuale più importante è stato quello di riuscire a riassumere tutti questi valori e queste valenze in un manufatto, in questo caso cartaceo, che mantenesse inalterata la sua funzionalità di contenimento e trasporto, di conservazione e protezione del cibo.

Gli studenti sono stati quindi portati a ragionare sulle qualità del nuovo sistema imballaggio, sui reali bisogni che dovevano essere soddisfatti e sulle modalità con cui poter dare risposta avendo ben in mente la logica del preciclaggio e della dematerializzazione.

Il design, da sempre interprete dei bisogni e delle necessità umane, assume in questo scenario una valenza più che mai rivolta alla ricerca di risposte che siano in grado di interpretare e contribuire a superare le crescenti problematiche ambientali e sociali.

Un approccio al progetto che parte da una profonda conoscenza di un materiale versatile in grado di offrire prestazioni differenti e talvolta sorprendenti a seconda della geometria che assume, della grammatura, della tipologia.

La carta rappresenta da questo punto di vista un materiale le cui caratteristiche possono enfatizzare i requisiti progettuali sopraelencati. La sua origine rinnovabile, la sua riciclabilità e la possibilità di essere compostata, ma anche le tecniche di trasformazione in grado di realizzare oggetti tridimen-

Packaging, which is often seen as a negative image of the waste emergency, must regain environmental, communication and pedagogical dignity in this context, by fully integrating itself into the natural system, becoming a resource and not a problem. The most important design effort was that of managing to summarise all these values and meanings in a manufactured product, in this case paper, that would keep its containment, transportation, preservation and food protection qualities intact.

Students were then led to consider the qualities of the new packaging system, the real needs to be met and on how to respond, bearing the principles of pre-recycling and dematerialisation in mind.

Design, which has always been an interpreter of human needs, in this scenario takes on a value that is even more devoted to the search for answers that can interpret and contribute to overcoming the growing environmental and social issues.

An approach to design that begins with the thorough knowledge of a versatile material that can offer different and sometimes surprising benefits, depending on its shape, weight and type.

From this point of view, paper is a material with characteristics that can emphasise the design requirements listed above. Its renewable sources, its recyclability and its ability to be composted, but also the processing techniques that can produce three-dimensional objects that are resistant and lightweight at the same time, without using additional materials or glue points, make it environmentally friendly.

Consequently, the sustainability of a material strongly depends on the function for which it is used. In the case of containers and systems for the sale, transport and consumption of traditional food products, the actual product shelf life should be considered, making an effort to use paper types suited to the primary functions of containment, storage and transportation, but also to ease reintegration into the ecosystem at the end of the life-cycle.

Paper and cardboard are also materials with a strong emotional, visual, tactile, olfactory significance, able Educazione al gusto

Genuinità BUONO

Tolleranza Rispetto

Risorse GIUSTO

Vita Social

Salvaguardia biodiversità

Responsabilità

Sensorialità

Relazioni PULITO

integrazione con il sistema naturale

output input

Qualità della vita

Sostenibilità ambientale

Sistema dei valori evidenziati dall'analisi dello scenario e relativi concept progettuali.

System of values shown by the analysis of the scenario and the relative design concepts.

sionali resistenti e allo stesso tempo leggeri senza l'utilizzo di ulteriori materiali o punti colla, ne definiscono l'ecocompatibilità.

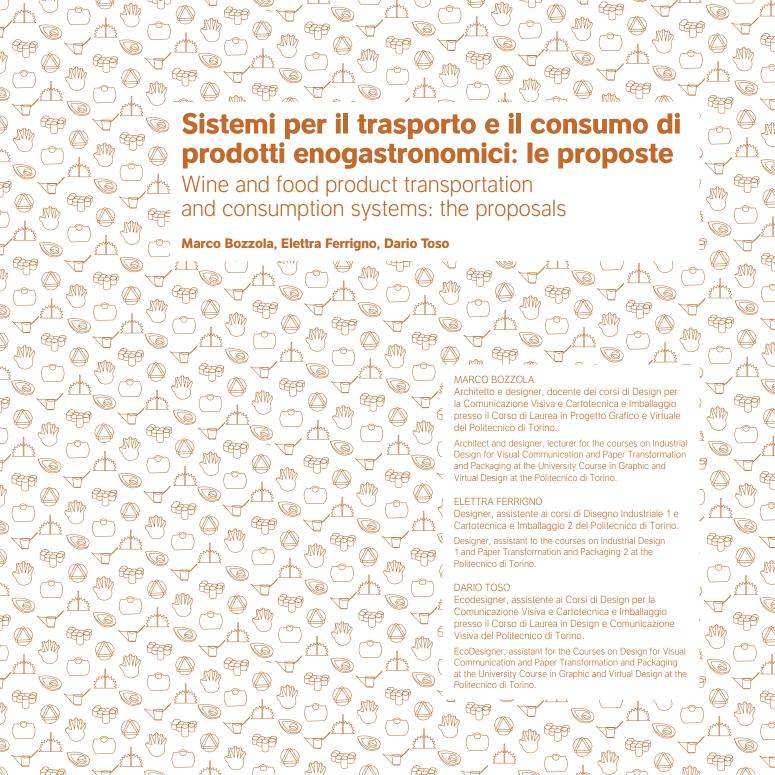
Di conseguenza la sostenibilità di un materiale dipende fortemente dalla funzione per cui viene utilizzato. Nel caso specifico dei contenitori e sistemi per la vendita, trasporto e consumo di prodotti agroalimentari tipici si deve considerare la reale shelf life del prodotto cercando di utilizzare tipologie di carta adatte a svolgere le funzioni primarie di contenimento, protezione e trasporto, ma anche di agevolare il reinserimento nell'ecosistema a fine vita.

La carta, il cartone e il cartoncino sono inoltre materiali dalla forte carica espressiva: visiva, tattile, olfattiva, capace di instaurare un contatto diretto tra il cibo e il consumatore.

Queste caratteristiche rendono particolarmente adatta questa famiglia di materiali all'utilizzo nei sistemi di contenimento, trasporto e consumo pensati all'interno di questo nuovo modello di consumo.

to establish a direct contact between food and the consumer.

These characteristics make the use of this family of materials particularly suitable for the containment, transportation and consumption systems devised into this new consumption model.



Nelle pagine a seguire sono illustrati gli esiti dell'attività didattica, cioè le proposte di sistemi per il trasporto e il consumo di prodotti enogastronomici per il Salone Internazionale del Gusto. Si tratta di proposte caratterizzate da un comune approccio, volto a soddisfare i requisiti funzionali del packaging, ma soprattutto teso ad agevolarne la fruizione facendo leva di volta in volta sulle qualità sensoriali, ludiche, evocative. Possono considerarsi prodotti dal carettere educativo nella misura in cui intendono andare oltre la funzione di mera protezione per la vendita, suggerendo nuovi approcci al prodotto e comunicando valori che fanno dell'alimento tipico una risorsa culturale ancor prima che un prodotto di mercato. I valori fondativi dell'approccio Slow Food - buono, pulito e giusto - riferiti al prodotto agroalimentare, vengono qua ricondotti allo stesso contenitore, in un'operazione di estensione del significato secondo cui è centrale la funzione di valorizzazione delle caratteristiche identitarie del prodotto, di ecocompatibilità della confezione, di rispetto ed integrazione con il sistema naturale-territoriale.

Attraverso tale approccio è reso possibile apprezzare e consumare al meglio i prodotti gastronomici: un cibo genuino viene degustato su di un supporto che rispetta l'ambiente e le tradizioni, che rimanda ad archetipi tipologici che fanno parte della nostra memoria storica, nonché della nostra cultura materiale. Supporti che ci informano sul sapore del cibo, ma anche ci fanno sapere di essere fatti totalmente di carta, ed entrambi, sapere e sapore, definiscono un prodotto culturale, con la sua storia, le relazioni sociali che ha instaurato, il territorio che lo ha generato. ma soprattutto indicano nuove modalità di consumo. Sono queste le tematiche che hanno stimolato il pensiero e la creatività degli studenti che hanno trasferito in modo diretto le loro idee sui modelli di studio e prototipi attraverso un contatto diretto e continuo con la carta. Un processo progettuale che ha portato a proposte molto concrete e immediatamente realizzabili, frutto di un attento studio di sistemi già presenti che in qualche caso sono diventati pretesto di miglioramento, in altri spunto di soluzioni innovative.

The following pages illustrate the results of the teaching activities, meaning the proposed transportation and consumption systems for traditional produce in the Salone Internazionale del Gusto. These proposals are characterised by a common approach, aimed at meeting the functional requirements of packaging, but also facilitating its use by leveraging, from time to time, its sensory, playful and evocative qualities. These can be regarded as educational products to the extent that they are intended to go beyond a mere protection for sale, suggesting new approaches to the product and communicating values that are typical of a cultural resource, even before it becomes a market product.

The founding values of the Slow Food approach - good, clean and fair - in reference to the food product, are brought back to the container itself, in an extension of the meaning according to which identity enhancement, product identification features, environmentally sustainable packaging, as well as compliance and integration with the natural-territorial system are of central importance.

Through such an approach, it is possible to appreciate and enjoy the best food products: natural food is tasted on a surface that respects the environment and traditions, refers to typological archetypes that are part of our historical memory, as well as to our material culture.

These surfaces tell us about the taste of the food, but also let us know that they are made entirely of paper: and it is both knowledge and taste that define a cultural product, with its history, the social relationships it has established, the territory that generated it, but above all suggests new ways of consumption.

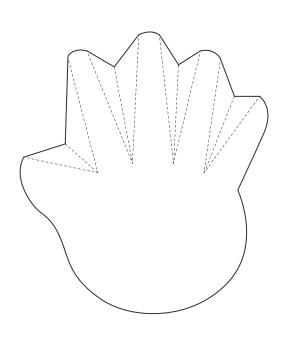
These are the issues that stimulated the thoughts and creativity of the students, who transferred their ideas directly to study models and prototypes through direct and continuous contact with paper. It is a planning process that has led to concrete and immediately achievable proposals: the result of a careful study of existing systems that, in some cases, have become a pretext for improvement, and, in others, a cue for innovative solutions.

#### **Handeat**

Design: R. Campagnaro, A. Capasso Barbato, I. Pivaro, M. Remondino

Supporto monomaterico in cartoncino spalmato in Mater-Bi®, pensato per la degustazione dei prodotti tipici. Il recupero della manualità, il "toccare con mano" rapportandosi fisicamente al cibo, alla terra che lo ha generato alle mani che lo hanno coltivato, raccolto, trasformato e quindi lo scambio e la condivisione sono i valori chiave del concept, interpretato a livello formale nell'immagine della mano quale strumento primario dell'uomo, ma anche come veicolo internazionale di comunicazione.

Mono-material support in Mater-Bi® coated cardboard, designed for tasting samples of typical products. The return to craftsmanship, the ability to "touch" and physically relate to the food, to the land that generated it and the hands that have grown, harvested, and transformed it followed by exchanging and sharing it, are key values of the concept, which is formally interpreted through the hand conceived as the primary instrument of mankind, but also as a vehicle for international communication.







#### **Bicchiere sensoriale**

Design: E. Borgognone, S. Brocato, M. Colombera, E. Cusimano, F. De Leonardo

Bicchiere per la degustazione di the e caffè all'interno del Salone Internazionale del Gusto. Il particolare sistema di chiusura permette di proteggere la bevanda durante il trasporto, mantenere caldo il contenuto e soprattutto valorizzarne l'aroma coinvolgendo l'olfatto nel rito della degustazione. Una degustazione completa quindi, a valorizzare l'aroma come il gusto, ma anche la praticità del trasporto all'interno di un ambiente affollato trattenendo sia il calore che la bevanda stessa all'interno del bicchiere.

Glass to taste tea and coffee inside the Salone Internazioanel del Gusto. The unique locking system makes it possible to protect the beverage during transport, keep the contents hot and, above all, enhance the flavour by involving the sense of smell in this tasting ritual. This allows for a complete tasting experience, enhancing both flavour and taste, but is also practical to carry inside a crowded environment, keeping both the drink itself and the heat inside the glass.





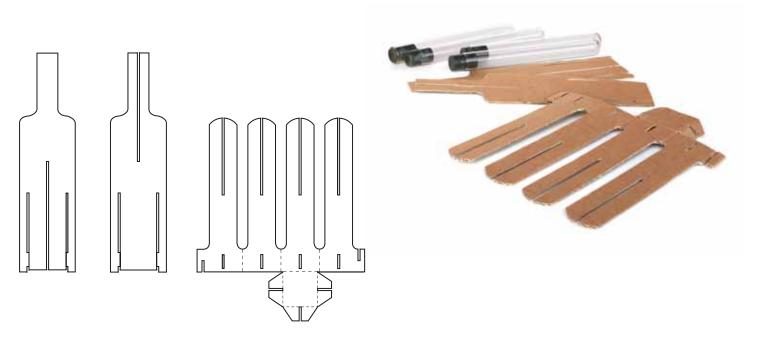


#### 4 in 1

Design: M. Cordillet, R. Fissore, A. Saccà, M. Sartor

Sistema per la degustazione e il trasporto di diverse qualità di vino, "4 in 1" è un packaging in grado di contenere quattro provette di vino della capacità di un bicchiere ciascuna. In tal modo viene data la possibilità all'utente di comporre il proprio packaging con quattro qualità di vino differenti. Realizzato interamente in cartone ondulato viene assemblato al momento della vendita senza l'utilizzo di punti colla.

Sampling and transportation system for different kinds of wine, "4 in 1" is a type of packaging that can hold four wine test tubes, with a capacity of one glass each. This way users are given the opportunity to compose their own packaging with four different qualities of wine. Made entirely of corrugated cardboard, it is assembled at the moment of sale without using any glue.





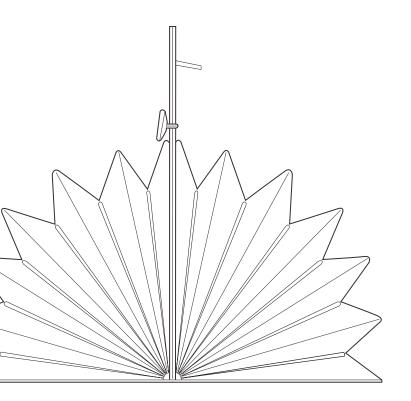


### **Plissè**

Design: D. Andrisani, G. Galazzo, F. Girotto, I. Salemi

Sistema di contenitori per il consumo del pasto in modalità pic-nic. Il sistema è composto da un cestino pensato per contenere i prodotti acquistati durante la visita e da una coppetta che agevola la degustazione direttamente all'interno del Salone Internazionale del Gusto. Entrambi gli imballaggi devono la forma tridimensionale ad un particolare sistema di piegature che conferiscono al supporto cartaceo una geometria rotonda e solida con una forte componente espressiva.

Container system for the consumption of picnic food. This system consists of a basket designed to hold the products purchased during the visit and a tasting cup that facilitates tasting right inside the Salone Internazionale del Gusto. Both packages are three-dimensional in shape with a specific folding system that provide the paper-based material with a rounded, solid, and strongly expressive geometry.





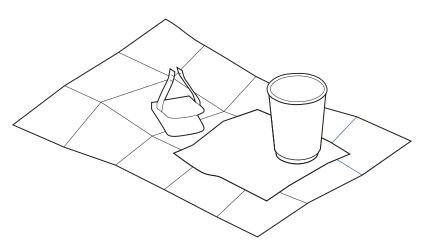


## **JUmangi**

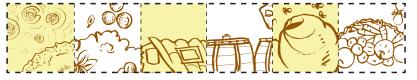
Design: T. Garcevic, E. Nittolo, G. Milidoni, L. Rosa Sentinella, A. Soldano

Kit in carta per il consumo dei pasti in apposite aree attrezzate. "Jumangi" si compone di un bicchiere, una tovaglietta, un tovagliolo ed una particolare posata in cartoncino. Ogni tovaglietta (sei in tutto) raffigura un ambiente naturale in cui cresce una determinata categoria gastronomica. La grafica è progettata in modo da formare su ogni lato un collegamento qualora fossero unite più tovagliette, a sottolineare il carattere ludico e pedagogico del progetto.

Paper kit to consume meals in specially equipped areas. "Jumangi" consists of a glass, a mat, a napkin and special cardboard cutlery. Each placemat (six in all) represents a natural environment in which a given category of culinary delights grow. The graphics are designed to be connected on each side, when the placemats are placed alongside each other, to emphasise the playful and educational characteristics of the project.









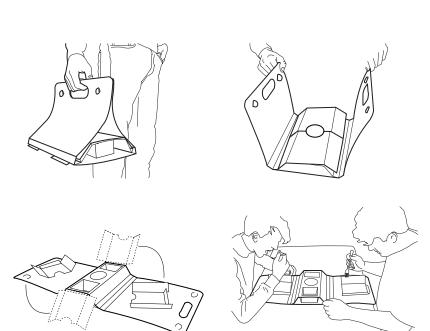


### Tête-a-tête

Design: A. Carosso, L. Guitron, F. Lorusso, S. Rocca, L. Saviolo

Sistema per il trasporto e per la degustazione, pensato espressamente per essere condiviso in coppia. Il progetto "Tête-a-tête" reinterpreta il tradizionale cesto da pic-nic, sfruttando la proprietà del cartoncino di assumere grazie alla piegatura geometrie tridimensionali senza l'utilizzo di punti colla. L'imballaggio è studiato per contenere due porzioni di assaggi, le posate e una bottiglia di vino o acqua.

Transport and tasting system, explicitly designed for couples. The "Tête-a-tête" project reinterprets the traditional picnic basket, taking advantage of the fact that cardboard can be folded into three-dimensional shapes without using glue points. The packaging is designed to contain two sample servings, cutlery and a bottle of wine or water.





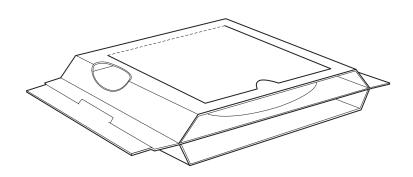


#### **Piatto**

Design: M. Catanese, F. Oddenino Bettasso, V. Poli, S. Sagona

Supporto per agevolare il trasporto e la degustazione di un pasto all'interno dell'evento fieristico. "Piatto" risponde alla necessità di poter disporre di un sistema versatile e resistente in grado di contenere il piatto e il bicchiere per un consumo in condizioni precarie. Il supporto è dotato di doppio fondo per evitare il contatto tra il corpo e il piatto caldo. Stoccato e fornito agli stand in forma bidimensionale si trasforma, grazie ad un semplice gesto, in elemento tridimensionale e compatto.

Support for easy transport and sampling of a meal at the fair. "Piatto" meets the need for a versatile and durable system that can hold a plate and a glass when eating in difficult conditions. The support is doubled over to prevent contact between the container and the hot plate. Stored and provided flat at the stands, it can be transformed, thanks to a simple gesture, into a three-dimensional compact element.









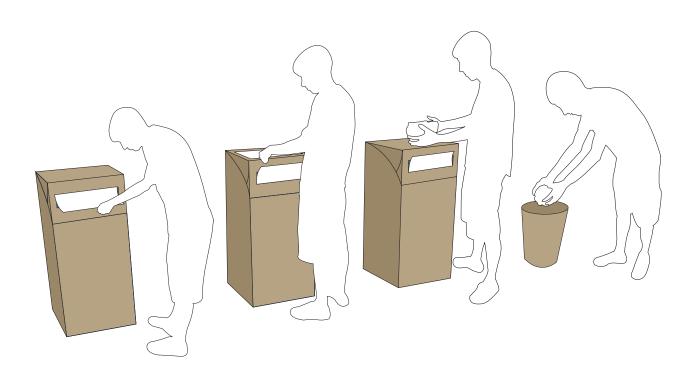


## **Supporto Di Gusto**

Design: L. Cappa, E. Carpenè, A. Farias Cordoba, F. Gioberto, P. Vallome

Supporto monomaterico per agevolare il consumatore nella degustazione dei piatti all'interno della fiera. La proposta si sviluppa in una serie di supporti autoportanti in cartone ondulato che, oltre ad offrire un appoggio per il consumo del pasto, sono dotati di un dispenser per tovagliette compostabili. In questo modo, una volta terminato il pasto, il visitatore potrà utilizzare la tovaglietta per raccogliere gli scarti e gettarli nell'apposito contenitore di raccolta dell'umido.

Mono-material support to help the consumer to taste dishes at the fair. This project is developed in a series of self-carrying supports in corrugated cardboard which, as well as providing support for the consumption of a meal, are equipped with a dispenser for compostable napkins. This way, once the meal is finished, the visitor can use the napkin to collect any waste and throw it into the compost container.



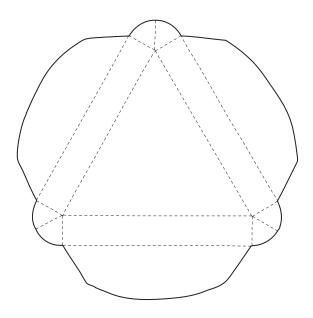


#### Una fetta di...

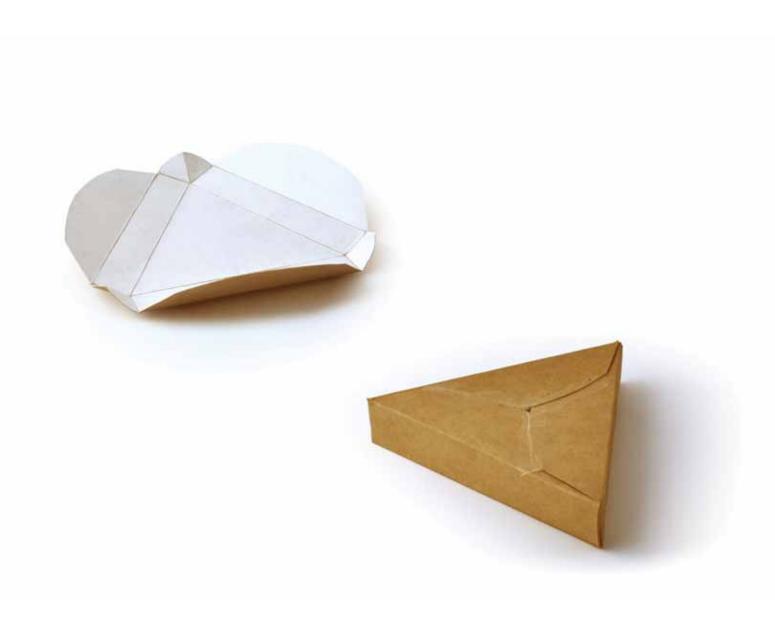
Design: A. Scibetta, A. Bykovsky, A. Battaglin, A. Stramesi, S. Marenda

Packaging monomaterico per la degustazione di formaggi tipici. Ogni confezione contiene una differente qualità di formaggio porzionato, in abbinamento con la propria salsa. Il disegno triangolare della confezione, stilizzazione formale della fetta di formaggio, permette di comporre sei confezioni in un'unica configurazione ai fini espositivi. Il packaging, una volta aperto, si trasforma in un vassoietto da passeggio, adattandosi ergonomicamente alla mano.

Mono-material packaging to taste local cheeses. Each pack contains a portion of different quality of cheese, combined with its own sauce. The triangular design of the pack, made in the same shape as the cheese slice, make it possible to combine six portions in one single formation for exhibition purposes. The packaging, once opened, turns into a small walking tray that is perfectly shaped to fit in one hand.







## **3piatti**

Design: A. Castaldo, E. Carnino, R. Dutto, A. Marengo, A. Fondacaro

Vassoio multiportata idealmente formato dalla fusione di tre piatti di diversi diametri. Realizzato in pasta di cellulosa pressata, può essere utilizzato comodamente in piedi oppure seduti. La struttura del vassoio è ergonomica ed è facilmente impugnabile sia da destrorsi che da mancini. L'alloggiamento del bicchiere vicino all'impagnatura garantisce stabilità e protezione per la bevanda.

Multiple course tray ideally formed by merging three plates with different diameters. Made out of pressed paper pulp, it can be comfortably used either standing or sitting. The structure of the tray is ergonomically designed and easy to handle for both left-and right-handed people. The lodging for the glass next to the handle ensures that the drink is stable and safe.





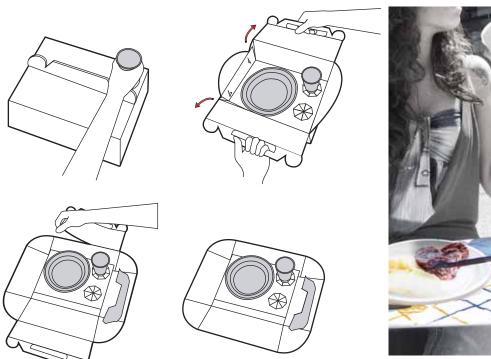


## **Pick Away**

Design: S. Bertin, C. Cavallera, S. Molino, I. Zerbini

Pick Away è un kit monouso per il trasporto del pasto e relativo consumo anche in assenza di supporti specifici. Un moderno baracchino in cartone che permette, attraverso un paio di semplici operazioni, di poter allestire una piccola "tavola" di fortuna, con tanto di stilizzazione grafica di una rustica tovaglia: la confezione contiene piatto, bicchiere, companatico e posate, alloggiati in apposite sedi per garantirne stabilità e protezione.

Pick Away is a disposable kit designed for meal transportation and consumption, even in the absence of specific supports. It is a modern cardboard structure that, with a few simple steps, can be set up as a small makeshift "table", complete with stylised graphics of a rustic tablecloth: the package contains a plate, glass, tableware and dressing, housed in special seats to ensure stability and security.





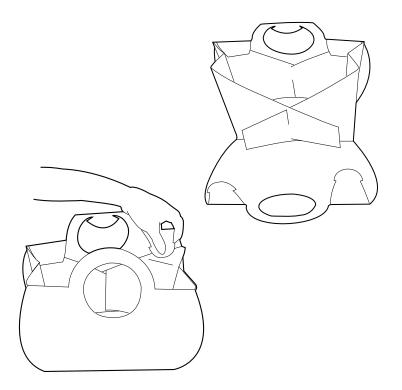


#### **PortaDelitiae**

Design: S. Capodiferro, R. De Razza, V. Fava, F. Nanfaro, C. Schembari

Sistema per il trasporto dei cibi e dei materiali acquistati all'interno del Salone del Gusto. "PortaDelitiae" è studiata per contenere i prodotti enogastronomici, ma anche i depliant e gli altri oggetti che possono essere custoditi in una tasca secondaria ricavata da un sistema di piegature che non prevede l'utilizzo di punti colla. La borsa è pensata in cartoncino patinato per un riutilizzo anche al di fuori dell'Evento.

Transport system for food and materials purchased at the Salone del Gusto. "PortaDelitiae" is a bag designed to hold food and wine, as well as brochures and other items that can be stored in a secondary pocket obtained with a folding system that does not require any glue points. The bag is designed in glossy cardboard and can be reused outside of the Event.





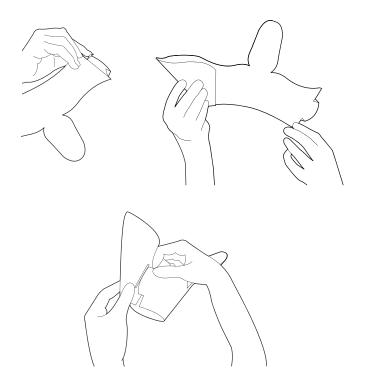


## Dip&Drip

Design: A. Agostini, S. Capellupo, N. Ceruti, A. Luisi, N. Santiloni

Dip&Drip è una fascia in cartoncino che avvolge i bicchieri, espressamente pensata per la degustazione in movimento delle bevande calde, quali the, cioccolata, tisane, etc. Alla funzione di isolamento dal calore aggiunge quella di contenimento dei biscotti e di protezione al gocciolamento degli stessi, grazie ad una linguetta "anti-goccia" che evita di macchiarsi nel momento in cui li si accompagna alla bocca: da qui il nome "Dip&Drip" ovvero "intingi e sgocciola".

Dip&Drip is a strip of cardboard that wraps around glasses, specifically designed to taste hot beverages such as tea, chocolate, herbal teas, etc. while in movement. As well as insulating from heat it can hold cookies and protect from dripping, thanks to an "anti-drip" tab that prevents staining when bringing it to the mouth, hence the name "Dip&Drip".







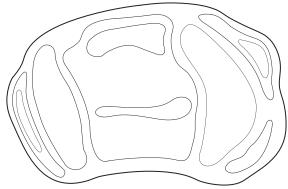
#### Gaia

Design: A. Barra, R. Di Vincenzo, A. Pastorino, D. Zacherl, A. Polzella

Vassoio in cartone microonda che rimanda alle curve isometriche, rappresentate sulle mappe geografiche per rappresentare la morfologia del territorio: i diversi strati in cartone sovrapposti riprendono questa configurazione ad indicare il legame tra il territorio e i prodotti tipici. La proposta prevede due varianti: un vassoio portatile, per poter consumare i cibi camminando; uno da banco, di dimensioni maggiori, per esporre i prodotti tipici all'interno dei vari stand.

Microwaveable cardboard tray that is inspired by isometric curves found on geographical maps representing the topography of the area: this formation of the different layers of stacked cardboard indicate the connection between territory and local products. The proposal includes two versions: a portable tray, to consume the food while walking; and a larger model for the counter, to exhibit the typical products within the various stands.







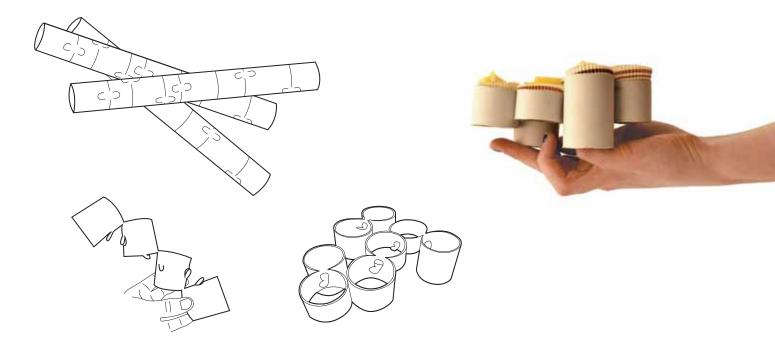


#### **Slow cheese**

Design: A. Cont, M. Fantoni, J. Forthomme, D. Graffi, A. Nicolas

Vassoio portatile realizzato a partire dal taglio e incisione di semilavorati tubolari di cartoncino pressato, assemblati mediante alette e incastri. Ogni tubolare diventa un mini-contenitore, comodo da tenere tra le dita, al cui interno è possibile inserire dei pirottini in carta che permettono di riporre gli assaggi di cibo e di utilizzarlo più volte.

Portable tray made of cut and carved semifinished tubular cardboard, pressed and assembled with interlocking tabs. Each tube becomes a mini-container that can be held comfortably between the fingers, in which paper food sample cups can be placed, and can be used repeatedly.



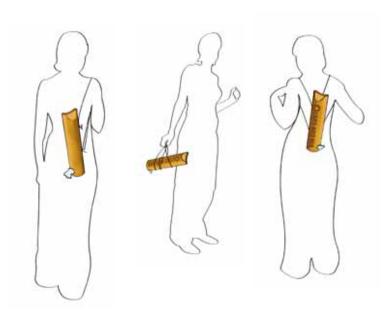


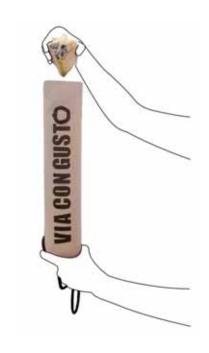
# Via con gusto

Design: M. Cesaro, G. Galfrè, B. Ghergut, F. Reggio

Semilavorato tubolare di cartone, modificato per la conservazione degli avanzi di cibo (doggy-bag). Questo packaging vede il suo utilizzo maggiore durante le visite in fiera, sia che si tratti di recuperare avanzi di degustazione che di trasportare acquisti per un consumo post-fiera. È sufficiente, infatti, inserire il cibo all'interno del tubo e portarselo dietro comodamente in fiera; oppure, grazie ad un doppio fondo che contiene sacchetti di bioplastica, conservare meglio gli avanzi o gli acquisti per il trasporto verso casa.

Semi-finished tubular carton, modified to store left-over food (doggy-bag). This packaging will mainly be used during visits to the fair, whether it be to keep left-over samples, or to carry purchases to be consumed after the fair. In fact, all the user needs to do is to place the food inside the tube and take it comfortably along at the fair, or, thanks to a double bottom containing bioplastic bags, store leftovers or purchases to take home.





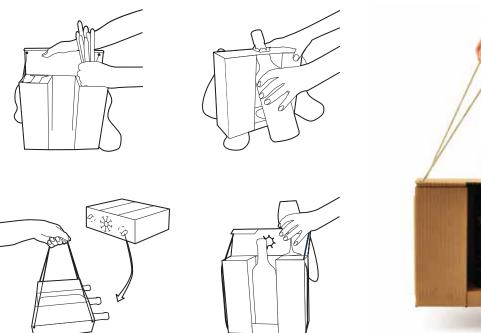


## **Cestivino**

Design: I. Bombana, I. Majerowicz, V. Vivone, M. Zuana

Packaging in cartone microonda per abbinamenti di prodotti tipici agro-alimentari. Può contenere una bottiglia di vino, disposta verticalmente nella parte centrale, e altri prodotti, quali grissini, pasta, salumi, nelle parti laterali. Un cordino in stoffa fissato superiormente ne permette il trasporto: il packaging può essere successivamente riutilizzato come portabottiglie.

Packaging in microwaveable cardboard for combinations of typical food products. It can hold a bottle of wine, set vertically in the centre, and other products such as bread sticks, pasta, and meat on the sides. The attached fabric cord allows for transport: the packaging can then be reused as a bottle carrier.



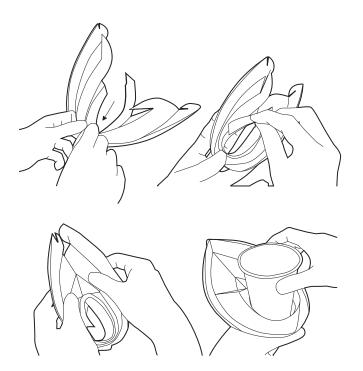


# Lafoglia

Design: G. Alba, D. Andidero, L. Gerbi, E. Giovannoni, O. Nasser

Mini-vassoio in cartoncino indicato per la degustazione di stuzzichini. "Lafoglia", grazie ad un sistema di pieghe e incastri, assume la forma di una foglia, evocando l'idea di natura, della terra e dei suoi prodotti. La sua conformazione gli permette di avvolgere e fissare il bicchiere consentendo di avere la bevanda sempre a portata di mano. Consigliato per gli spiedini di frutta.

Mini cardboard tray suitable for tasting snacks. "Lafoglia", thanks to a system of folds and grooves, takes on the shape of a leaf, evoking the idea of nature, the earth and its products. Its shape makes it possible to wrap and secure the glass so that the drink is always at hand. Recommended for fruit skewers.





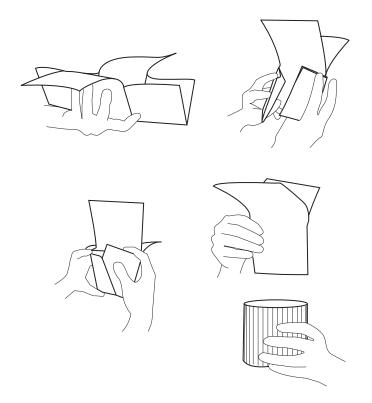


### **Pick Nick**

Design: M. Bove, G. Ganassin, F. Mondelli, G. Neirotti, A. Schiavone

Packaging trasportabile pensato per i cibi da strada (per es. panini), adatto quindi ad essere usato favorendo la passeggiata senza ungersi le mani o sporcarsi. È composto da un foglio di cartapaglia che, opportunamente piegato, contiene il cibo e ne assorbe l'eventuale unto, e da un cilindro di cartoncino ondulato che permette l'appoggio del cibo sul tavolo o sul bancone in caso di sosta.

Portable packaging designed for street food (e.g. sandwiches), therefore suitable for use during walks without dirtying or greasing hands. It consists of a sheet of straw paper which, when folded, contains food and absorbs any grease, and a cylinder of corrugated cardboard that makes it possible to place the food on a table or counter when stopping.





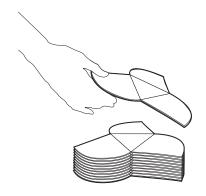


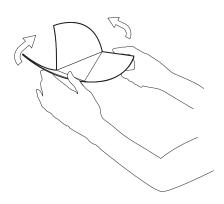
# **Natural eating**

Design: A. Fortino, P. Merlo, A. Moretti, P. Rossi

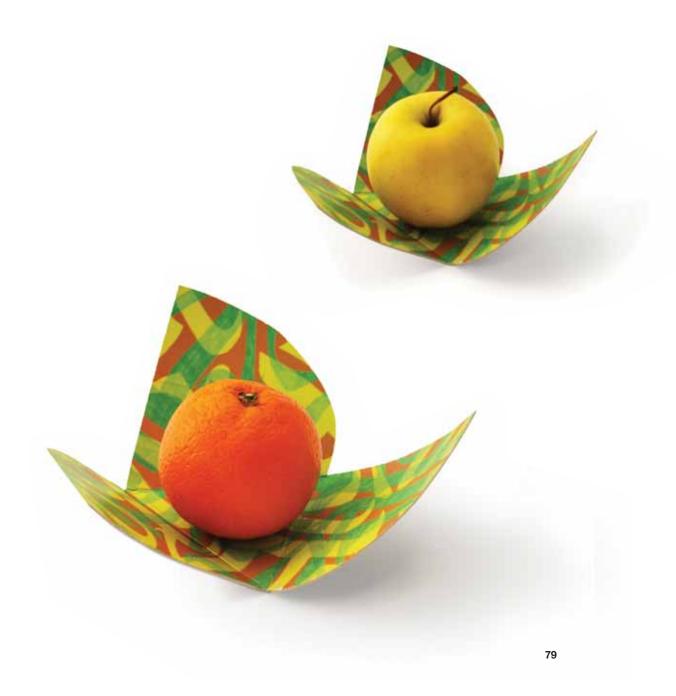
Espositore per prodotti enogastronomici in cartoncino riciclato, rivestito superficialmente in Mater-Bi® spalmato, con grafiche in texture differenziate e stampate con processi di stampa eco-compatibili. I chiari rimandi ad elementi naturali, fiori, foglie, boccioli, espressi attraverso la grafica, fanno di questo prodotto una cornice che impreziosisce gli alimenti di cui si fa contenitore.

Display for food and wine in recycled cardboard, surface coated with Mater-Bi®, with differently textured graphics and printed with an eco-friendly printing processes. The clear references to natural elements, flowers, leaves, buds, expressed through graphics, make this product a frame that enhances the food it contains.









### **Fit Eat**

Design: F. Robino, A. Porcu, B. De La Iglesia, M.P. Càrcamo, M.J. De Iruarrizaga

Sistema per la degustazione in piedi, composto da un bicchiere in cartoncino e un piatto in pasta di cellulosa pressata. La particolare conformazione del piatto ne permette l'accoppiamento con il bicchiere che diviene l'unico elemento di presa del sistema complessivo. La zona in rilievo nella parte centrale del piatto, oltre a consentire l'incastro sul bicchiere, funge da contenitore per salse e alimenti di contorno.

Il sistema permette di servirsi, degustare cibi, differenziare salse in uno stesso supporto, in maniera comoda e con una mano sempre libera. Tasting system while standing, consisting of a cardboard cup and a plate in pressed cellulose. The special shape of the plate makes it possible to pair it with the glass, which becomes the only element with a grip of the entire system. The area highlighted in the middle of the plate, apart from holding the glass in the hollow, can be used as a container for sauces and side foods.

The system allows you to serve yourself, taste foods, and try different sauces all in the same support comfortably, always leaving one hand free.







#### **Beerwalk**

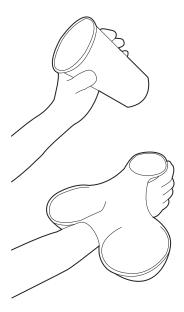
Design: D. Andrini, L.Barbero, L. Cafasso, R. Farabi, V. Gennarelli

Supporto monomaterico in pasta di cellulosa pressata, pensato per la degustazione della birra artigianale e di prodotti enogastronomici ad essa abbinati. La singolare forma a sella ne permette l'appoggio sull'avambraccio, mentre la presa della mano ne assicura la stabilità.

Il manufatto non presenta grafiche ed è libero da inchiostri; solo un segno in rilievo, realizzato mediante stampo a secco, riproduce una spiga di grano, ad evocare l'ambito d'appartenenza.

Mono-material support in pressed cellulose, designed for beer tasting with accompanying food. The unusual saddle shape makes it possible to support it with your forearm while the hand grip ensures stability.

The article has no graphics and is ink-free; the only dry-cast figure in relief reproduces a corn ear to evoke the area it belongs to.







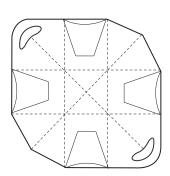


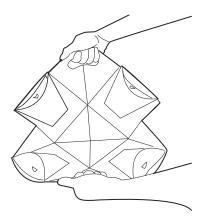
## **Giusto**

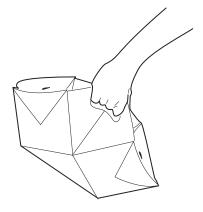
Design: C. Wirz, K. Robles, M. J. Sànchez, A. Garcia, S. Charcas

Kit di contenitori in cartoncino riciclato, adatto al contesto del pic-nic e in genere del pranzo fuori casa. Grazie ad un sistema di incastri il kit diventa una borsa che contiene quattro tasche estraibili graficizzate secondo la tipologia di cibo che è possibile inserire. All'occorrenza la borsa può diventare una tovaglietta riutilizzabile in più occasioni.

Recycled cardboard container kit, suitable for a picnic context and usually outside the home. Thanks to an interlocking system, the kit becomes a bag containing four removable pockets with drawings of the type of food that can be inserted. If necessary, the bag can become a table mat that can be reused on several occasions.









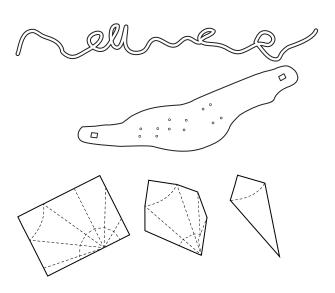


### **Buono da indossare**

Design: M. D'ambrogio, A. Gherlone, E. Serra, F. Sterpone

Supporto a forma di fascia in cartoncino da indossare, grazie anche ad un cordino, pensato per una più comoda degustazione dei cibi durante il contesto della fiera. È possibile infatti, una volta indossata la fascia, incastrare su di essa alcuni piccoli coni in carta paglia, contenenti il cibo. Lo scopo è di lasciare all'utente le mani libere durante gli spostamenti per agevolare e diversificare la sua degustazione.

Support in the shape of a cardboard strip to wear, thanks to a cord, designed for more comfortable food tasting at the fair. In fact, once the band is worn, it is possible to interlock small straw paper cones containing food. The aim is to leave the user's hands as free as possible, to facilitate movement and different tastings.







#### Gli studenti coinvolti:

Students involved in the project:

Agostini Alessia, Alba Gaia, Amarante Bombana Ivana, Andidero Diego, Andrini Davide, Andrisani Dominique, Antoine Nicolas, Barbero Lorenzo, Barra Andrea, Battaglin Andrea, Bertin Sharon, Borgognone Emanuele, Bove Martina, Brocato Simona, Bykovskiy Anuar, Cafasso Luca, Campagnaro Riccardo, Capasso Barbato Alice, Capellupo Stefania, Capodiferro Sara, Cappa Luisa, Carcamo Maria Paz, Carnino Enrico, Carosso Alessandro, Carpenè Elisa, Castaldo Arturo, Catanese Matteo, Cavallera Chiara, Ceruti Nadia, Cesaro Maria, Charcas Santiago, Colombera Mariacristina, Cont Anna, Cordillet Mikael, Cusimano Elisa, D'Ambrogio Massimo, De La Iglesias Berta, De Leonardo Federica, De Iruarrizaga Maria Jesus, De Razza Roberta, Di Vincenzo Rosario, Dutto Roberto, Fantoni Marco, Farabi Roshan, Farias Cordova Ana Norma, Fava Valentina, Fissore Riccardo, Fondacaro Andrea, Forthomme Jean, Fortino Andrea, Galazzo Giusy, Galfrè Giorgia, Ganassin Giada, Garcevic Tamara, Garcia Aurelio, Gennarelli Valentino, Gerbi Lorenzo, Ghergut Bianca, Gherlone ALessandro, Gioberto Federico, Giovannoni Emanuela, Girotto Federica, Graffi Diletta, Guitron Topete Lorena, Lo Russo Fabio, Luisi Andrea, Majerowicz Ilana, Marenda Simone, Marengo Andrea, Merlo Paolo, Milidoni Gloricristian, Mndelli Federico, Molino Serena, Moretti Alessandro, Nanfaro Federica, Nasser Omar, Neirotti Giorgio, Nittolo Eugenio, Oddenino Bettasso Francesca, Pastorino Alessandro, Pivaro Isabella, Poli Vanessa, Polzella Antonio, Porcu Andrea, Reggio Francesca, Remondino Martina, Robino Filippo, Robles Karelen, Rocca Stefano, Rosa Sentinella Luca, Rossi Pietro, Sacco Erika, Sagona Silvia, Salemi Illari, Sanchez Maria Jose, Santiloni Noemi, Sartor Martina, Saviolo Luca, Schembari Claudia, Schiavone Alice, Scibetta Andrea, Serra Elisabetta, Soldano Arianna, Sterpone Francesca, Stramesi Alessandro, Vallome Pietro, Vivone Victor, Wirz Carolina, Zacherl Dante, Zerbini Ilaria, Zuana Mariana

Qual'è il ruolo del packaging nella valorizzazione del prodotto alimentare tipico?

Quale il contributo di una progettazione consapevole sul tema dell'imballaggio alimentare, in cui le problematiche ambientali affiancano necessariamente quelle funzionali? Queste alcune delle riflessioni alla base delle proposte di packaging raccolte all'interno di questo libro: sistemi per il trasporto e il consumo di prodotti enogastronomici in materiale cartaceo, sviluppati dagli studenti del Corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale del Politecnico di Torino, con il contributo di Comieco, Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica ed in accordo con Slow Food.

A partire dallo studio di sistemi già presenti (che in qualche caso sono diventati motivo di miglioramento, in altri spunto di soluzioni innovative), l'intento è di delineare atteggiamenti, soluzioni, principi, in linea con una progettazione consapevole e moderna, in cui fare innovazione coincide fortemente con lo sviluppo di aspetti culturali più ancora che con la ricerca di soluzioni tecnologiche.

What is the role of packaging in the enhancement of a typical food product?

What is the contribution of responsible design methods in the issue of food packaging, where functional issues are necessarily accompanied by environmental ones? These are some of the reflections on which the proposals collected in this book are based: transport and consumption systems for food and wine products in paper-based materials, developed by the students from the Degree Course in Graphic and Virtual Design of the Polytechnic of Turin, with the contribution of Comieco, National Consortium for the Recovery and Recycling of Cellulose-based Packaging in collaboration with Slow Food.

Based on the analysis of existing systems (which in some cases have led to improvements and inspiration for innovative solutions in others), the intent is to outline attitudes, solutions and principles that are in line with a responsible and modern design system, in which innovation is strongly linked to the development of cultural aspects, even more so than to the search for technological solutions.

#### COMIECO

Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica

#### POLITECNICO DI TORINO

Facoltà di Architettura I Corso di laurea in Progetto Grafico e Virtuale





