NUDI O VESTITI?
COMUNICARE CON IL PACKAGING

WHAT'S NEW

PACKAGING IN CARTA E CARTONE

POLITECNICO DI TORINO
Dipartimento di Architettura e Design

comieco

La newsletter nasce dalla collaborazione tra Politecnico di Torino e Comieco, con l'obiettivo di divulgare pratiche sostenibili e innovative nel campo del packaging design in carta e cartone.

hello@nudiovestiti.it

Tutte le immagini sono protette da copyright e tutto il materiale è a uso esclusivo di Nudi o Vestiti? Comunicare con il packaging

#11

PATAGONIA BASELAYER

AZIENDA Patagonia
DESIGNER B. Adducci, D. Baggenstoss, B. Sicheneder, K. Petrich
ANNO 2015
NAZIONE USA
MATERIALE cartone microondulato
STRUTTURA scatola

SITO *capsule.us/work/patagonia/*

Per il packaging dei propri indumenti, Patagonia ha scelto una forma inusuale che agevola lo stoccaggio e aumenta la sostenibilità. La tradizionale scatola di forma rettangolare è sostituita da un parallelepipedo a base esagonale, di altezze diverse a seconda del volume del prodotto contenuto, che permette di comporre gli imballaggi tra loro creando una struttura stabile. Le informazioni relative ai prodotti sono raccolte nelle due etichette presenti sul lato e sulla base, così da essere visibili anche quando le scatole sono impilate. L'imballaggio, realizzato in cartone riciclato, presenta una chiusura ad incastro evitando l'utilizzo di collanti. Ad eccezione delle etichette, i cui colori identificano i diversi prodotti, la stampa è monocromatica e ridotta al solo nome del brand. Nonostante gli indumenti vengono solitamente venduti senza imballaggio, esso risulta interessante per lo studio della forma che permette l'ottimizzazione dei volumi e le diverse modalità di composizione.

VERDE BOTELLA

AZIENDA Verde Botella
DESIGNER Xicrea
ANNO 2012
NAZIONE Spagna
MATERIALE cartone ondulato
STRUTTURA scatola

SITO *www.verde-botella.com*

L'azienda spagnola Verde Botella ha realizzato un packaging adattabile a diversi tipi di prodotto. L'imballaggio è costituito da fogli di cartone ondulato fustellati in modo da ottenere fori ed aperture che ne permettano gli incastri: il packaging infatti è originato dalla composizione dei vari fogli a formare una struttura stabile e protettiva per il prodotto contenuto all'interno. La sostenibilità del progetto è legata non solo al materiale, ma anche alla possibilità di personalizzare l'imballaggio attraverso dettagli intagliati nella fustella (anziché attraverso stampe) e alla sua capacità di adattarsi ai diversi prodotti e quindi alle diverse forme e dimensioni.

KARTENT

AZIENDA ntv
DESIGNER J. Portheine, W. Kommer
ANNO 2015
NAZIONE Olanda
MATERIALE cartone
STRUTTURA foglio e prodotto

SITO *kartent.com*

Ogni anno, una persona su quattro abbandona la propria tenda dopo aver partecipato ad un festival. KarTent nasce con l'obiettivo di ridurre la quantità di questo tipo di rifiuto prodotto in occasione di eventi temporanei e che, nella sola Olanda, ammonta ad oltre 25.000 tende. Prodotta attraverso un processo che riduce le emissioni di CO2 rispetto alla produzione delle tradizionali tende, KarTent è realizzata interamente in cartone trattato per essere impermeabile e riciclabile dopo l'utilizzo. Nonostante sia pensata per essere dismessa dopo un evento temporaneo, la tenda può essere riutilizzata e durare fino a oltre due mesi. Il progetto originario non presenta stampe e permette alla tenda di essere personalizzata dagli organizzatori degli eventi o dagli utenti.

C’EST ÇA

AZIENDA C’est Ça
DESIGNER A. Cvetković
ANNO 2016
NAZIONE Canada
MATERIALE cartoncino teso
STRUTTURA astuccio

SITO *www.behance.net/Supercharger*

L’azienda Canadese C'est Ça produce cosmetici utilizzando unicamente ingredienti naturali.
Il packaging della linea di saponi è realizzato in cartoncino e presenta un foro circolare nella parte frontale che permette non solo di vedere il prodotto, ma anche di toccarlo e sentirne il profumo, poiché non presenta alcuna protezione ulteriore.
Le informazioni relative al prodotto sono essenziali e relative principalmente al numero che identifica le varie tipologie di saponi. L’utilizzo di inchiostro è minimo e la stampa monocromatica risalta rispetto alla tonalità neutra dell’imballaggio. Il packaging risulta interessante per la propria neutralità, ottenuta attraverso l’uso del bianco e nero e di forme geometriche pure, che permette di mettere in risalto il prodotto, vero protagonista della comunicazione.