

packdesign

RIVISTA DI SOLUZIONI PER L'IMBALLAGGIO

APRILE 2004 - ANNO 2 N° 02

packdesign@erisprogram.it

MERCATO

Il monolite e la spirale

MATERIALI

Tecniche di chiusura

TECNOLOGIE

Grafica
d'origine controllata

SPECIALE
cosmetica



LA VESTE DELL'ACQUA

Uno studio accorto del packaging per le acque minerali diventa strumento di marketing e migliora il rapporto del consumatore con la bottiglia.

Nel corso degli ultimi vent'anni l'acqua, intesa come bevanda in bottiglia, è stata al centro dell'attenzione di numerose strategie commerciali che ne hanno fatto una bevanda sempre più sofisticata, da degustare in appositi bar. È interessante osservare il ruolo che l'imballaggio riveste in questa evoluzione dell'elemento fondamentale per la vita.

La forza in una spirale

Per individuare un degno successore per la bottiglia in PET ad anello da 1,5 litri che aveva ottenuto un notevole riconoscimento da parte del mercato ma che era presente in commercio ormai da troppi anni, nel '95 la So.GE.A.M. (oggi Acqua Vera) si rivolse a Loris Favero. "Progettando la bottiglia Gloria - afferma il designer - ritengo di aver tracciato una strada innovativa nell'ambito delle confezioni in PET per acqua minerale.

L'elemento più significativo consisteva nell'impugnatura, posta a due terzi dell'altezza e rinforzata da un gioco di nervature. Queste ultime, creando un andamento a spirale, conferivano robustezza sia allo schiacciamento orizzontale durante la presa sia a quello verticale durante il trasporto nei pallet.

In tal modo, la soluzione formale andava a soddisfare in maniera efficace le proble-

matiche strutturali. Questa felice combinazione è stata particolarmente gradita da parte dei circuiti commerciali, tanto che ancora oggi il disegno a spirale è utilizzato da molti produttori di imballaggi per acque minerali".

Leggera e sinuosa

A differenza della bottiglia Gloria destinata ad acque minerali addizionate con CO₂, il secondo incarico affidato dalla Acqua Vera a Loris Favero riguardava il progetto di una confezione da 1,5 litri per acqua non gasata.

"Per Miss Vera, questa la denominazione data alla bottiglia - prosegue Favero - ho scelto una sezione orizzontale che si distinguesse dalle soluzioni formali in commercio, normalmente squadrate o circolari. Miss Vera, infatti, ha una sezione ogivale che, oltre a personalizzare il package, ottimizza l'ingombro in fase di imballaggio e trasporto su pallet.

Per ottenere un buon bilanciamento e ridurre la forza necessaria a tenere in mano la bottiglia mentre viene versata l'acqua, l'impugnatura è stata posizionata poco oltre la metà dell'altezza. Tale fattore diventa ancor più importante tenendo in considerazione il fatto che in Miss Vera è stato ridotto il contenuto di PET, diminuendo il peso complessivo di una percentuale superiore al 10% rispetto alle bottiglie presenti in commercio.



1.

2.

Inoltre, la riduzione del materiale utilizzato e la forma sinuosa delle nervature previste attorno al punto di presa della bottiglia ne agevolano la compressione in fase di raccolta differenziata: grazie a tali fattori, infatti, è sufficiente esercitare una minima pressione in senso verticale per schiacciare la bottiglia vuota che si avvolge su se stessa riducendo il proprio ingombro complessivo.

Tra gli elementi di innovazione non ultimo è l'aspetto della comunicazione. La scelta di posizionare l'etichetta sulla parte superiore della bottiglia, al di sopra dell'impugnatura, ha creato un fattore di distinzione e di maggiore visibilità per il marchio. Questa strategia comunicativa è stata ulteriormente potenziata inserendo il nome 'Vera' sulle pareti della bottiglia". L'efficace combinazione di tali innovazioni sono valse a Miss Vera l'Oscar dell'Imballaggio 1998 e il Mediasars 1999.

Innovazione è competitività

"Fermo restando che le bottiglie in PET vengono soffiate sempre allo stesso modo, e quindi chi le progetta deve rispettare i vincoli imposti da tale tecnologia - conclude Loris Favero - mi sembra che vengano proposte principalmente soluzioni che ripetono il modulo a spirale senza

introdurre fattori particolarmente innovativi, fatta eccezione per alcune varianti inserite sulla 'spalla' delle bottiglie o per qualche modello da 2 litri. A fronte dell'esperienza maturata collaborando con Acqua Vera e dell'attuale congiuntura economica, ritengo che il packaging sia diventato uno strumento fondamentale per le aziende. Un design personalizzato, che permetta di identificare in maniera immediata e inequivocabile il prodotto e il marchio può portare quel valore aggiunto al settore delle acque minerali, e delle bevande in genere, facilmente traducibile in competitività per i produttori e migliore fruibilità per i consumatori finali".

DRESSING-UP WATER

A shrewd study of the packaging used for mineral water is used as a marketing tool and improves the consumer's relationship with the bottle.

Over the last twenty years water, meant as a bottled beverage, has been at the centre of attention of numerous business strategies which have made it an increasingly more sophisticated

1. Miss Vera disegnata da Loris Favero per Acqua Vera ha vinto l'Oscar dell'Imballaggio '98 e il Mediasars '99.
2. Nervature a spirale caratterizzano l'impugnatura di Gloria, prodotta dalla Karlovy Vari Mattoni.
3. Un dettaglio del punto di presa della bottiglia in PET Gloria.
4. Uno degli elementi che identificano Miss Vera è il marchio inserito nella parte inferiore.

1. Miss Vera, designed by Loris Favero for Acqua Vera, won the 1998 Packaging Oscar and the 1999 Mediasars Award.
2. Spiral ribbing characterises the grip on Gloria, made by Karlovy Vari Mattoni.
3. A close-up of the point where the PET Gloria bottle is picked up.
4. One of the elements that identify Miss Vera is the brand-name which appears in the lower part.



3.



4.

beverage, to be drunk in all the right bars. It is interesting to see the role that packaging plays in this evolution of one of life's fundamental elements.

The strength of a spiral

To find a worthy successor to the 1.5 lt. ring PET bottle which was a great success on the market but which had been around for just too long, in 1995 So.GE.A.M. (today Acqua Vera) contacted Loris Favero. "In designing the Gloria bottle – said the designer – I believe that I mapped out an innovative route in terms of PET packaging for mineral water.

The most significant element was the grip, positioned two-thirds up the bottle and reinforced with a type of ribbing. The latter, creating a spiral pattern, gave robustness to both the horizontal squashing when picked up and vertical when transporting the pallets.

By doing so, the formal solution effectively satisfied the structural problems. This pleasant combination was particularly

appreciated on the business circuit, so much so that the spiral design is now used by many companies that make packaging for mineral water".

Lightweight and sinuous

Unlike the Gloria bottle earmarked for mineral water containing CO₂, the second assignment entrusted to Loris Favero by Acqua Vera regarded the design of a 1.5 lt. packaging for still water. "For Miss Vera, this being the name given to the bottle – Mr. Favero went on – I went for a horizontal section that would stand out from the formal solutions available on the market, normally square or round in shape. In fact, Miss Vera, has a pointed section which, besides personalising the package, also improves the overall dimensions when being packaged or transported on pallets. To get a good balance and reduce the amount of strength needed to hold the bottle when pouring out the water, the grip was positioned just over half-way up the bottle. This factor becomes even more important if you take into consideration the fact that less PET was used to make Miss Vera, so reducing the overall weight by more than 10% compared to other bottles on sale.

What's more, the reduction in the amount of material used and the sinuous shape of the ribbing around the area where the bottle is picked up also helps compression during the separate waste collection phase: in fact, thanks to these factors, minimal pressure in a vertical direction is all it takes to crush the empty bottle which is squashed together so reducing its overall dimensions.

Last but not least among the innovative elements is the communication aspect. The decision to put the label on the upper part of the bottle, above the grip, created a factor of distinction and greater visibility for the brand. This communicative strategy was further enhanced by putting the name 'Vera' on the sides of the bottle".

The clever combination of these innovations won Miss Vera the 1998 Packaging Oscar and the 1999 Mediasstars Award.

Innovation is competitiveness

"As PET bottles are always blown in the same way, and, as a result, anyone who designs them has to respect the restraints posed by this technology - Loris Favero concluded – it would seem to me that the proposals that are made are mainly those which repeat the spiral module without introducing any particularly innovative factors, with the exception of certain variations made to the "shoulders" of the bottle or a few 2 lt. models.

Given the experience gained by collaborating with Acqua Vera and today's economic situation, I think that packaging is a fundamental tool for companies. A personalised design, which makes it possible to identify the product and the brand immediately and unmistakably can give added value to the mineral water industry, and beverages in general, which can easily be expressed as competitiveness for the manufacturers and something easier to use for the end consumer".

□



5.

5. Un progetto di Loris Favero al di fuori del mondo PET: bottiglie bordeaux per la Vetrerie Italiane Vetri.

5. A design by Loris Favero beyond the world of PET: Bordeaux bottles for Vetrerie Italian Vetri.