Intrattenere con il Coolest Food Packaging

box-4-1e159cf1

Lo studio spagnolo Dorian crea una serie di etichette ludiche dedicate al tempo libero. “El Buscador”, “El Guía” e “El Nómada” (http://www.packagingoftheworld.com/2014/11/finca-de-la-rica.htm). Il progetto vuole esaltare il valore del piacere di bere in relax un bicchiere di vino, così i progettisti traferiscono concettualmente l’idea creando un gioco direttamente sull’etichetta, subliminandone il senso e rendendo assolutamente una novità questo semplice valore del brand, Finca de la Rica.

Un secondo esempio interessante è una serie di contenitori per il pane progettati dallo studio di Barcellona Lo Siento. Il progetto di Identity e del packaging è stato creato per la panetteria TRITICUM di Xevi Remón. Il progetto nasce da un’attenta analisi del prodotto in tutte le sue diverse declinazioni, il pane. Oltre ad avere realizzato scatole a misura per ogni tipologia di prodotto, i creativi hanno valutato l’ipotesi più interessante e cioè quella di poter comunicare con il consumatore attraverso l’elemento sensoriale più forte di questo prodotto: il profumo emanato dal pane appena sfornato. Quindi ogni scatola ha una parte in cui sono stati creati dei forellini per poter far uscire il profumo e nello stesso tempo anche l’umidità del pane. I fori diventano un tema decorativo come il logo che è inserito grazie a stampi fatti a timbro simili a quelli postali. Il sistema di chiusura delle scatole è realizzato grazie ad elastici per poter aprire e chiudere il contenitore con facilità anche più di una volta. L’elemento più caratteristico è il sacchetto di carta che contiene le baguette che grazie all’illustrazione stampata crea sinergia con il prodotto…Come? La punta della baguette diventa un cappello da gnomo! L’elemento che unisce tutti questi progetti è il concetto di novità; l’identità di marca, infatti, garantisce la differenziazione fra le marche e veste il brand/marca di una sua unicità. Solo una forte e netta differenziazione può rendere un’identità forte e immediatamente riconoscibile per poter essere scelta dal consumatore.

Interior design, i vantaggi di una buona Brand Identity