
IL PACKAGING DEL LATTE

Il design della comunicazione
per un'analisi evolutiva dell'identità
del prodotto alimentare

A Tania e alla mia famiglia.

IL PACKAGING DEL LATTE

Il design della comunicazione
per un'analisi evolutiva dell'identità
del prodotto alimentare

Tesi di laurea specialistica di Diego Stefani

Relatore: Erik Ciravegna

Correlatore: Valeria Bucchetti

POLITECNICO DI MILANO



SCUOLA DEL DESIGN

CORSO DI LAUREA SPECIALISTICA IN DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

Anno Accademico 2011/2012

IL PACKAGING DEL LATTE

Il design della comunicazione per un'analisi evolutiva dell'identità del prodotto alimentare

Relatore: Erik Ciravegna

Correlatore: Valeria Bucchetti

Tesi di laurea specialistica di Diego Stefani

INDICE

INTRODUZIONE.....	10
 1. UN “MODELLO” PER UN PERCORSO EVOLUTIVO DEL PACKAGING DESIGN	13
1.1. Packaging e identità del prodotto alimentare.....	14
1.2. Metodo di conservazione e contenimento del latte.....	17
1.3. Il latte confezionato nelle bottiglie di vetro	23
1.4. I packaging in carta cerata.....	30
1.5. Il caso Tetra Pak e i contenitori in poliaccoppiato.....	42
1.6. Il latte nelle bottiglie di plastica.....	50
1.7. Il contesto contemporaneo alla luce delle tendenze del passato	54
 2. ANALISI DEI PACKAGING CONTEMPORANEI.....	59
2.1 Innovazione e identità nello scenario contemporaneo	60
2.2 Criteri di raccolta e analisi.....	61
2.3 Strumenti di classificazione e ricerca	64
2.4 Progettazione grafica delle schede di analisi.....	68
 3. SCHEDE PACKAGING OSSERVATI	73
 4. MAPPE DI SINTESI	275
4.1. Lettura critica dei risultati.....	276
4.2. Sintesi packaging osservati	278
4.3. Risultati per voce di catalogazione.....	300
4.4. Considerazioni	312
 CONCLUSIONI	317
 BIBLIOGRAFIA	321

INTRODUZIONE

Fatta propria la prospettiva del Design della Comunicazione la tesi affronta un'analisi diacronica dell'identità del prodotto alimentare, attraverso lo studio delle modificazioni del suo imballaggio.

Il *packaging del latte* è preso come modello sul quale compiere un'analisi evolutiva, suddivisa in due parti.

La prima parte indaga lo sviluppo storico degli imballaggi del latte, descrivendolo e analizzando i passaggi chiave che hanno contribuito all'affermazione di alcune strutture, forme e materiali consolidati nel panorama attuale. Le confezioni del passato sono investigate sotto il profilo della dimensione *strumentale* dell'imballaggio e della dimensione *comunicativo-informativa* dell'artefatto packaging.

La seconda parte raccoglie, cataloga e analizza, a livello nazionale e internazionale, cento packaging del latte contemporanei, espressione di sperimentazione progettuale. Di questi sono evidenziate le proprietà tecniche e le qualità comunicative che definiscono l'identità di prodotto rispetto al contesto generale.

A partire dal modello di classificazione proposto dal *Packaging Design Archive*¹ le confezioni sono state studiate in base a dieci voci di catalogazione (crediti, descrizione, tipologia di progetto, materiali e struttura, sostenibilità, elementi comunicativi, linguaggi, sensorialità, accessibilità e servizio, new medium) e inserite in un database, usato per raccogliere, ordinare e resti-

tuire i risultati. I dati della catalogazione dei packaging sono stati rappresentati poi in una scheda di analisi che, applicata a tutte le confezioni, costituisce la parte centrale di questo volume.

Successivamente le informazioni archiviate sono state restituite in mappe di sintesi, con cui individuare le attuali tendenze del settore e i possibili scenari del futuro.

Il lavoro deriva le proprie considerazioni dall'osservazione diretta della realtà, in relazione con il contesto storico che ha dato origine allo scenario presente. Il risultato, oltre ad essere un prodotto di approfondimento dell'evoluzione del packaging alimentare, è soprattutto un modello generale di ricerca e di studio che può essere ampliato, aggiornato o applicato ad altri prodotti.

I risultati delle ricerche compiute nella produzione dell'elaborato sono stati inoltre messi a disposizione del Packaging Design Archive, con ricadute positive per la conoscenza di settore.

¹ www.packagingdesignarchive.org

CAPITOLO 1.

Un “modello” per un percorso evolutivo del packaging design

1.1. PACKAGING E IDENTITÀ DEL PRODOTTO ALIMENTARE

La nascita del moderno imballaggio dei beni coincide per molti aspetti con i mutamenti sociali e culturali avvenuti a partire dal XIX secolo, nel segno tracciato dalla rivoluzione industriale. La ricerca scientifica e la sua applicazione tecnica impressero alla produzione dei beni una forte accelerazione, grazie alle connessioni sempre più strette tra i vari rami del sapere. I procedimenti meccanizzati e la creazione di oggetti in serie, distanti dalla produzione manuale e artigianale, innescarono la trasformazione dei beni da prodotto artigianale al sistema delle merci così come lo conosciamo oggi. In questo panorama l'imballaggio alimentare trovò la sua prima applicazione con il progressivo declino delle società rurali autarchiche e lo sviluppo del commercio urbano attraverso la rete distributiva delle merci¹. I processi evolutivi delle prime confezioni furono eterogenei e si svilupparono seguendo i progressi tecnici e dei materiali in base alle leggi del mercato. I prodotti, slegati da vincoli spaziali e temporali con il luogo di produzione, ritrovarono nella plasticità dell'imballaggio un artefatto capace di raccontare i valori del bene e di rispondere a funzioni prestazionali di conservazione, protezione, trasporto e di vendita. “È quindi proprio attraverso il passaggio a una forma del visivo e all'assunzione di caratteri di visibilità codificata che l'oggetto si fa merce. Il packaging rappresenta, a questo scopo, sostanzialmente il primo apparato comunicativo del

prodotto”². Attraverso la ripetizione di caratteristiche estetiche e strutturali, in primo luogo affidate al packaging, i prodotti alimentari costruiscono la loro identità.

Assumendo nello svolgimento del lavoro il punto di vista del design della comunicazione è opportuno notare alcune differenze tra la parola *imballaggio* e la corrispondente anglosassone *packaging* che hanno favorito l'utilizzo più diffuso dell'inglese. *Imballaggio* - termine di derivazione francesca - si riferisce alle tecniche di disposizione delle merci in contenitori che serviranno per la spedizione, il magazzinaggio e la vendita. La parola descrive cioè in modo particolare gli aspetti protettivi, funzionali e legati alla logistica dei beni in commercio. Il sostantivo *packaging* attiene invece in particolare allo studio delle discipline di comunicazione visiva per la definizione dell'identità-immagine e della fisionomia del prodotto. Questa separazione ci porta a considerare il termine *imballaggio* adatto a descrivere meglio tutte le funzioni di contenimento e protezione del contenuto, mentre con la parola *packaging* si tende a sottolineare gli interventi progettati per la superficie della confezione, con funzioni ornamentali e seduttive. L'imballaggio si occupa degli aspetti di conservazione, di compatibilità tra involucro e contenuto, di scelta dei materiali in base alle loro specificità e delle problematiche di raggruppamento, trasporto, presentazione sul luogo di vendita. Il packaging invece, oltre a descrivere il contenuto informativo (prescrizioni, istruzioni d'uso) e di servizio (praticità d'uso), definisce l'identità del prodotto attraverso l'uso di elementi cromatici, codici visivi, forme e materiali.

Fu solo negli anni Trenta, negli Stati Uniti d'America, che gli imballaggi cominciarono a farsi packaging³. Il contenitore cominciò a essere riconosciuto come strumento in grado di rispondere alle

¹ Anceschi, Giovanni e Bucchetti, Valeria, *Packaging alimentare*, in Capatti Alberto, De Bernardi Alberto, Varni Giovanni (a cura di), *Storia d'Italia. L'alimentazione*, vol. 13, Torino, Einaudi, 1998, pag. 849.

² Bucchetti, Valeria, *La messa in scena del prodotto. Packaging: identità e consumo*, FrancoAngeli, Milano, 1999, pag. 28.

³ Bucchetti, Valeria, *ibidem*, pag. 22.

logiche di vendita e di consumo dei prodotti attraverso la progettazione dei suoi aspetti sia tecnici che seduttivi. “Si passa cioè da un piano di scelte progettuali vincolate dalle regole funzionali di compatibilità tra contenitore e contenuto a un orizzonte più allargato guidato da criteri di tipo semantico”⁴. L'elemento persuasivo, più vicino alle discipline pubblicitarie, convive così con la sfera prescrittiva-informativa. Come osserva Gillo Dorfles la progettazione dell'involucro è “la ricerca di una forma tridimensionale capace di contenere un determinato oggetto in maniera opportuna: funzionale ed estetica”⁵, aggettivi che rendono il packaging il punto di raccordo tra le funzioni strumentali e comunicative dell'imballaggio.

“Questo cambiamento determina un diverso rapporto tra prodotto e acquirente: la merce non si presenta al destinatario, non si mostra più direttamente ma, mediata dalla confezione, si offre allo sguardo esclusivamente attraverso l'imballaggio, che diviene così il traduttore di messaggi”⁶. La confezione perse progressivamente la sola funzione di copertura delle merci per assumere anche il valore della loro superficie, identificandosi sempre più con il prodotto contenuto al suo interno.

Con queste premesse abbiamo scelto il *latte* come “modello” per rappresentare la categoria dei prodotti alimentari e attraverso lo studio dei packaging del passato abbiamo descritto i cambiamenti evolutivi dell'identità di prodotto alimentare. In seguito, con l'osservazione diretta del contesto contemporaneo, abbiamo approfondito l'identità di prodotto latte oggi, in relazione alle conoscenze storiche acquisite.

1.2. METODO DI CONSERVAZIONE E CONTENIMENTO DEL LATTE

Esaminando più da vicino l'evoluzione del packaging del latte, si può fissare come data iniziale il momento in cui l'uomo acquisì la capacità di conservare e trasportare questo alimento dal luogo della mungitura a quello del consumo, preservando le sue qualità alimentari. La storia del latte è strettamente intrecciata a quella dell'uomo, fin da quando ottomila anni fa le popolazioni della Mesopotamia cominciarono ad addomesticare gli animali e allevarli per fini alimentari.

Fu però nell'800, con lo sviluppo delle tecniche di conservazione degli alimenti, che anche il latte cominciò ad affacciarsi al sistema delle merci che stava prendendo forma in quegli anni. Bisognava però riuscire a conservare inalterate le qualità del latte fino al momento del consumo.

La prima modalità scoperta per la conservazione del latte è stata la liofilizzazione, ovvero una pratica che rimuove, per mezzo del calore, l'acqua contenuta al suo interno, ottenendo una polvere che mantiene inalterate le sostanze nutritive dell'alimento. Si tratta di una pratica molto antica: già Marco Polo, nel XIII secolo, scriveva che i soldati di Kublai Khan trasportavano, nei loro lunghi itinerari, un latte secco come la pasta, che miscelavano poi all'acqua per ottenerne una bevanda⁷.

Nel 1832 un chimico russo, M. Dirchoff⁸, dopo vari esperimenti

4 Anceschi, Giovanni e Bucchetti, Valeria, *ibidem*, pag 860.

5 Dorfles, Gillo, *Introduzione al disegno industriale*, Einaudi, Torino, 1972, pag. 31.

6 Bucchetti, Valeria, *Packaging Design. Storia, linguaggi, progetto*, FrancoAngeli, Milano, 2005, pag. 21.

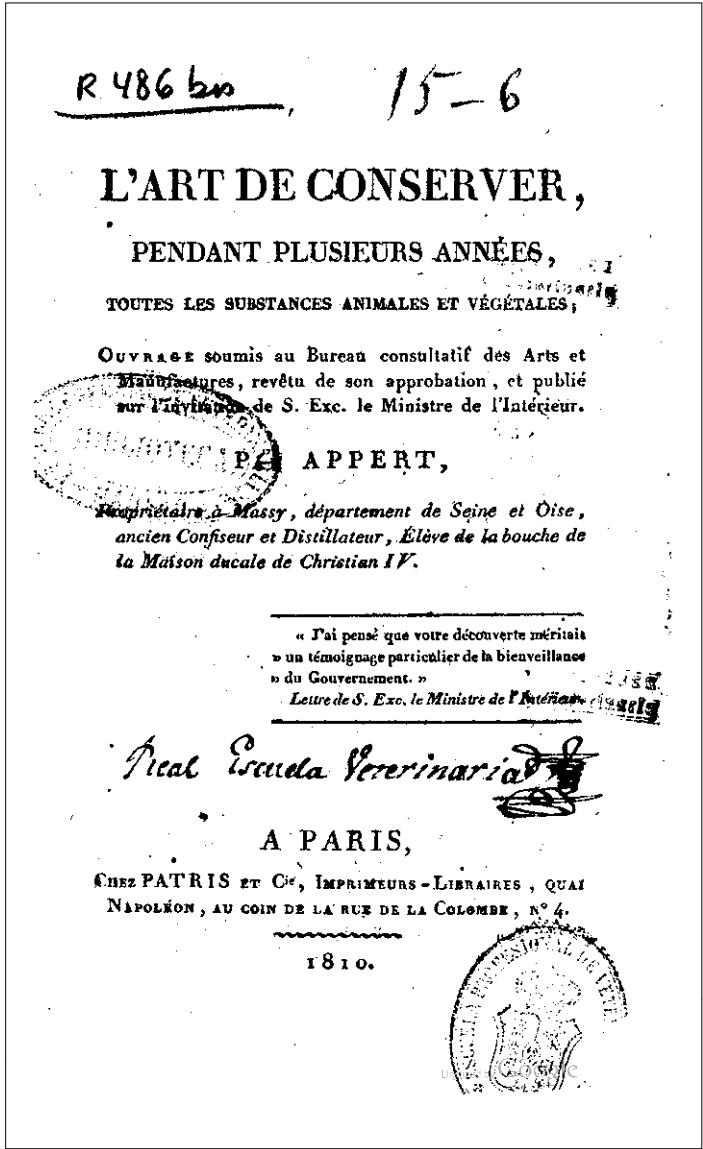
7 “Egli àno ancora loro latte secco come pasta, e mettono di quello latte nell'acqua e disfanolovi entro e poscia 'l beono.” Polo, Marco, *Il Milione*, 1298.

8 [Portable Milk: M. Dirchoff the Russian chemist who [...] said to have found a mode

di laboratorio, con lo stesso procedimento produceva una polvere di latte che veniva conservata in una bottiglia, con chiusura ermetica. Il latte in polvere, per la prima volta, si dimostrava in grado di mantenere le qualità del latte di origine, oltre che il gusto.

Nel 1827, Nicolas Appert, pasticcere francese e padre delle tecniche di conservazione ermetica degli alimenti, eliminando par-

Appert, Nicolas, *Art de conserver pendant plusieurs années, toutes les substances animales et végétales*, Parigi, 1810,



zialmente l'acqua contenuta nel latte fresco, grazie all'azione del riscaldamento e della pressione, ottenne il suo latte concentrato.

Nel 1853, negli Stati Uniti, Gail Borden perfezionò il processo di lavorazione di Appert, aggiungendo alla formula lo zucchero necessario alla migliore conservazione: nacque così il latte condensato.⁹

Questo nuovo alimento, più denso e saturo del latte di origine, venne confezionato in scatole di metallo, da cui poteva essere consumato direttamente o miscelato nuovamente all'acqua. Per la prima volta il latte assumeva una veste commerciale che gli permetteva di superare distanze fisiche e temporali.



Latte condensato Borden, USA, 1920.

9 [Gail Borden, [...]] has taken measures to secure a patent for some exceedingly valuable improvements in preparing and concentrating sweet milk in such a manner that incipient decomposition is completely prevented, and a concentrated extract produced either in cakes, or in a more fluid state, which will keep sweet in any climate for months and perhaps for years. "Scientific American, Vol. 8", New York, 1853.

Qualche anno più tardi, nel 1867, la Chicago Medical Society riconobbe i benefici introdotti dal latte condensato e osservò che: “la grande importanza di avere latte puro, tutto di uguali caratteristiche e qualità e in grado di rimanere dolce più a lungo di quello normalmente distribuito dalle latterie, rende il latte condensato ... un prodotto di grande valore per la comunità e [se] ne consiglia l'uso in contesti domestici, e in particolare per l'alimentazione dei bambini”.

I benefici del latte condensato erano particolarmente evidenti rispetto alla scarsa qualità del prodotto comunemente consumato all'epoca. Il latte crudo dopo la mungitura, specialmente in periodi estivi e a temperature elevate, degradava molto rapidamente, impedendo il trasporto a lunga distanza e riducendo la qualità dell'alimento, con rischi concreti per la salute pubblica. Il latte fresco non era un alimento sicuro. L'alta deperibilità non permetteva di mantenerne la qualità e limitava la diffusione territoriale del prodotto.

Il latte condensato fu rappresentato come un alimento per i bambini, dotato di virtù nutritive uniche. La grafica pubblicitaria mostrava un packaging massmediale, capace di conquistare l'attenzione e di fidelizzare i consumatori.

Nel 1860 un biologo francese, Louis Pasteur, lavorando al problema del deterioramento del vino e della birra, scoprì che le trasformazioni chimiche che avvenivano nei processi di fermentazione, erano dovute all'azione di microrganismi contenuti al loro interno. La soluzione ideata dallo scienziato, chiamata *pastorizzazione*, prevedeva il riscaldamento del liquido ad una temperatura di circa 60°C per un intervallo di tempo che variava a seconda dell'alimento sottoposto al processo. Sfruttando l'azione battericida del calore, il procedimento ideato da Pasteur riusciva a bloccare i processi di



Serie di immagini commerciali di fine '800. Le confezioni di latte condensato Borden sono inserite nel contesto domestico, in relazione con i bambini che consumano il prodotto.





A sinistra: stampa di una comunicazione del latte condensato Borden di fine '800. Il packaging offre insieme al prodotto un piccolo fascicolo di ricette di cucina e evidenzia il sigillo di garanzia delle "buone casalinghe" americane.

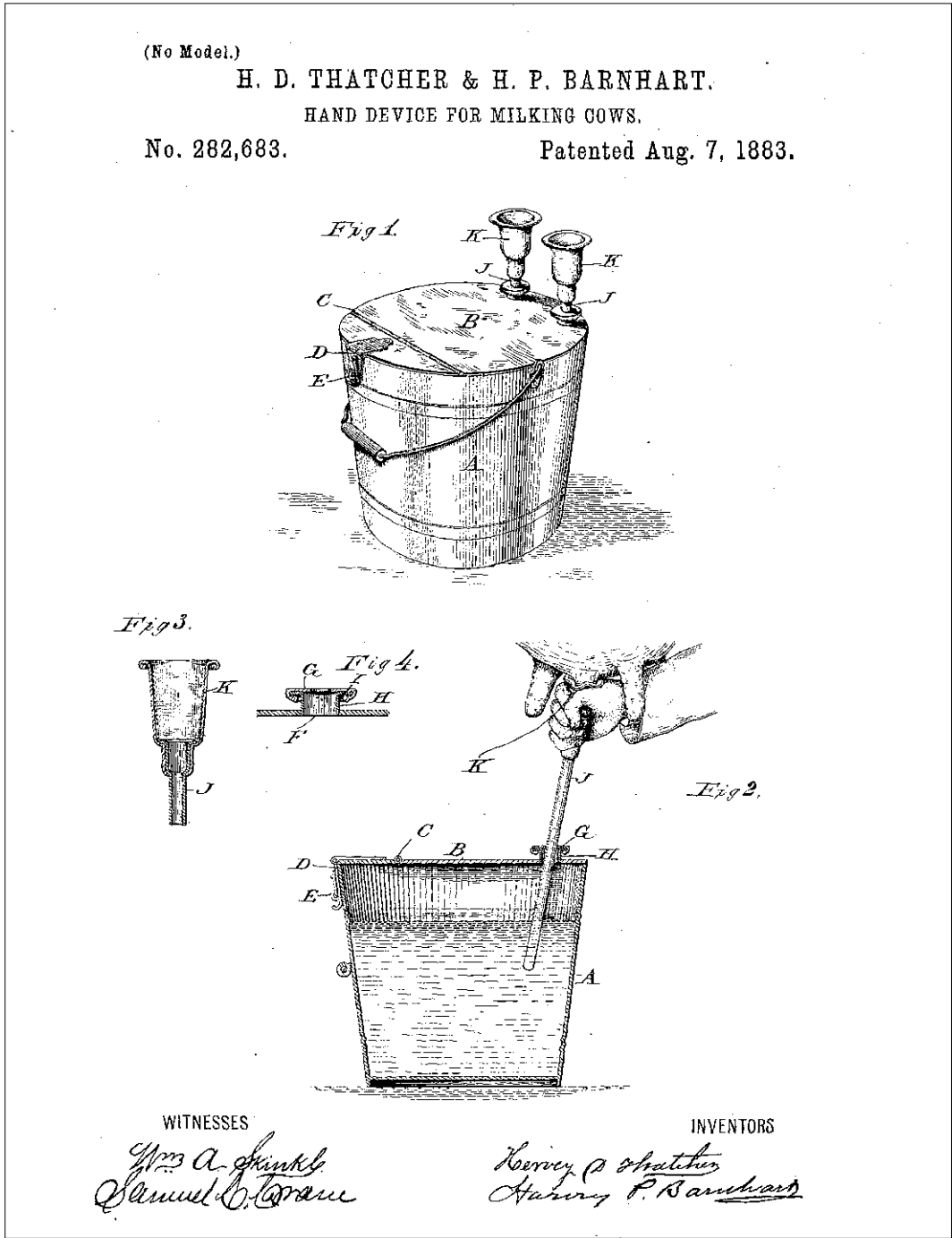
1.3. IL LATTE CONFEZIONATO NELLE BOTTIGLIE DI VETRO

Alla fine dell'800 gli allevatori mungevano il latte dalle loro mucche così come sempre era stato nel passato. La pastorizzazione non era ancora pratica diffusa, le malattie erano all'ordine del giorno, soprattutto la tubercolosi infantile che colpiva gravemente la collettività. Il dottor Hervey Thatcher, farmacista americano di Potsdam (New York) era alla ricerca di una soluzione efficiente per portare al consumatore latte puro, come appena munto. Per evitare le frequenti contaminazioni (insetti, polvere, paglia, ecc.) che alteravano il latte nei contenitori di raccolta, realizzò un secchio per la mungitura chiuso da un coperchio: il *Milk Protector*.

All'epoca il latte fresco era venduto sfuso, ogni mattina, direttamente dal produttore che lo trasportava in giro per i clienti della zona in una grossa latta. Il lattivendolo travasava con un mestolo il latte nei contenitori dei clienti, che lo avrebbero consumato nell'arco della giornata. Durante il giro di consegna, i primi a essere riforniti ricevevano un latte intero, ricco di grasso che galleggiava sulla superficie. Gli ultimi clienti avevano al contrario un prodotto acquoso e poco nutriente. Spesso il lattivendolo, mentre si spostava da una casa all'altra, lasciava aperto il coperchio della contenitore e la polvere sollevata dalle strade si depositava al suo interno, alterando le qualità dell'alimento. Altre volte, quando il recipiente era parzialmente vuoto, il latte contenuto al suo interno si agitava, trasformando la sua parte grassa in grumi di burro. In altri casi ancora il venditore, se non aveva sufficiente latte per il giro di consegne, diluiva gli avanzzi con acqua comune, per non

fermentazione e a distruggere gran parte dei microrganismi pericolosi per la salute. La pastorizzazione migliorò da subito la qualità del latte bevuto dalla popolazione, riducendo la mortalità infantile e garantendo il gusto del latte fresco.

L'introduzione del processo di pastorizzazione avvenne gradualmente a partire da fine '800 in tutti i paesi più industrializzati. In Italia ad esempio la pastorizzazione del latte fu introdotta per Regio decreto nel 1929. La pratica ideata da Pasteur permetteva al latte di conservarsi meglio e più a lungo rispetto al latte vaccino appena munto. Per questo motivo la pastorizzazione divenne determinante per il passaggio dal latte sfuso acquistato localmente al bene di consumo quotidiano che conosciamo oggi.



dovere fare ritorno alla stalla.¹⁰ Il dottor Thatcher si accorse così che, per riuscire a diffondere la sua soluzione di mungitura ai produttori agricoli, doveva riuscire a garantire la qualità del latte fresco anche nella fase di distribuzione e della vendita porta a porta.

Progettò quindi una bottiglia di vetro con imboccatura larga e liscia, di circa un litro di capacità, facile da riempire, da utilizzare e poi pulire per il successivo utilizzo. Scelse il vetro perché ne conosceva le proprietà nel mantenere inalterato il gusto, la qualità e la purezza del latte. La sua bottiglia inoltre aveva un'imboccatura priva di fessure che potessero trattenere la sporcizia e montava una chiusura a molla per il tappo - anche questo in vetro - che ne garantiva l'integrità.

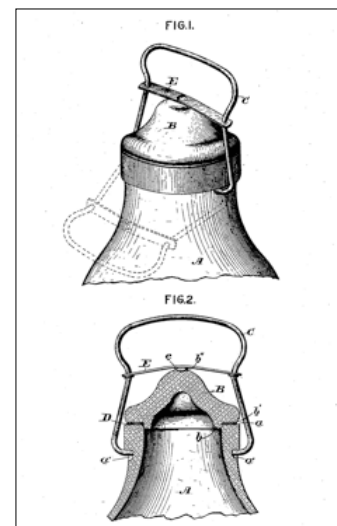
Nella pagina a sinistra: illustrazione del brevetto del 1883 di Harvesy Tactcher, Milk Protector.



Sopra: trasporto del latte in recipienti di lamiera zincata, fine '800.

Il piano di vendita ideato dal dottor Thatcher era di evidenziare gli aspetti igienico-sanitari del problema, offrendo le sue invenzioni come un sistema integrato di protezione del latte chiamato *Milk Protector*. Sulla bottiglia, scritto in rilievo nell'area sopra al disegno centrale, era posizionato un testo che diceva *Absolutely Pure Milk*. In basso vi era un'altra scritta: *The Milk Protector*. Inoltre, guardando da vicino l'immagine goffrata al centro, si poteva rilevare che l'uomo rappresentato stava usando il secchio di mungitura

10 "Il latte era troppo spesso un pericolo per la salute pubblica. [...] una bevanda di bassa qualità non più portatrice di quel benessere e di quel sostentamento necessari alla crescita e allo sviluppo dell'essere umano: bensì una causa potenziale ma sperimentata di epidemie."
Granata, Mattia, *Municipio e Mercato*, Skira Editore, Milano, 2005, p. 55



Sopra: sistema di chiusura composto da un tappo in vetro posto nel collo della bottiglia e fissato con una fascetta di metallo.

A sinistra: prima bottiglia di latte in vetro con chiusura ermetica, *Thatcher Milk Protector Jar*, New York, 1886.

progettato dallo stesso inventore. Il dottor Thatcher pubblicizzò la sua bottiglia con una campagna che parlava ai consumatori dei vantaggi pratici e igienici rispetto al passato: “Le bottiglie di latte sigillate sono l’unico modo conosciuto di mantenere il latte fresco per giorni, con un giusto livello di crema e sono facili da usare”¹¹.

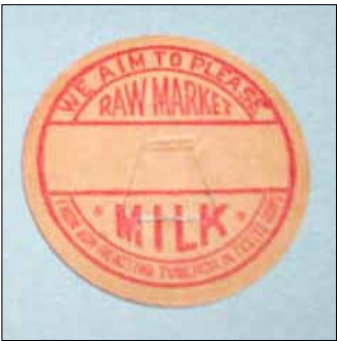
Il *Thatcher Milk Protector Jar* fu brevettato, grazie al suo sistema di chiusura ermetica, nel 1886. Per le sue caratteristiche si distingueva da tutte le altre bottiglie in circolazione. La bottiglia di Thatcher fu il primo packaging per latte fresco progettato e realizzato su scala industriale a partire della creatività e lungimiranza del suo ideatore. Le bottiglie di latte però dovevano all’epoca essere rese quotidianamente al produttore, che si occupava del lavaggio e del successivo riempimento. Era perciò indispensabile una soluzione che consentisse una pulizia completa ed efficace dei contenitori.¹² I tappi di chiusura in metallo e in vetro, utilizzati in quel periodo, mal si adattavano a queste esigenze. Partendo da queste necessità, nel 1889, Harvey e Samuel Barnhart, soci d’affari di Thatcher, brevettarono un nuovo sistema di chiusura ermetica delle bottiglie con un tappo realizzato con un disco di legno. Il disco veniva inserito nell’imboccatura della bottiglia per sigillarla, eliminando il metallo del meccanismo di chiusura precedente. I due fratelli Barnhart realizzarono così la *Common Sense Milk Bottle*, una bottiglia cilindrica, con il corpo largo e l’imboccatura piuttosto ampia. Il collo della bottiglia era stato allargato per creare una spalla interna, nella quale inserire il disco di chiusura. Il tappo era di solito in legno, ma poteva anche essere di cartone, cellulosa o cartapesta. Per garantire la chiusura ermetica, i dischi erano immersi in paraffina liquida bollente che li rendeva impermeabili ai liquidi. Questo tipo di chiusura favorì definitivamente la diffusione e la circolazione del latte in bottiglie di vetro.

La *Common Sense Milk Bottle* divenne in quegli anni il modello di riferimento per il confezionamento del latte, nonostante alcuni

11 “the only plan known that secures to the consumer *absolutely pure milk* in such manner that it can be kept sweet for several days, furnish a good coat of cream and is handy to use [...] the sealed bottles are easy for the patron to store as they can be kept in a refrigerator without imbibing its odor.”

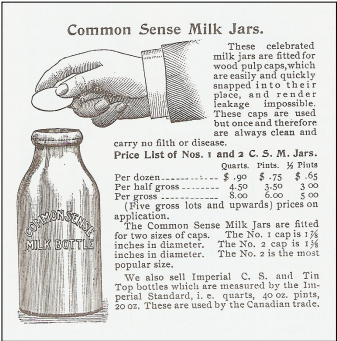
Tutton, John, “Udderly Delightful: A Guide to Collecting Milk bottles and Related Items”, Front Royal, Virginia, 1989.

12 “bottles used by milk dealers in delivering milk to consumers, the bottles being left with the consumer and returned to the dealer after the contents have been used, the bottle being thus of necessity repeatedly washed and refilled. To this end it must be capable of easy filling and emptying and devised particularly with a view to ease and certainty of thorough cleansing.” (Brevetto 411,368)



Sopra: disco di chiusura ermetica della bottiglia. I primi dischi di chiusura delle *Common Sense* avevano diametro 48 mm, così da facilitare il lavaggio della confezione prima del reso al produttore.

A sinistra: bottiglia per il latte in vetro, *Common Sense Milk Bottle*, New York, 1889.



Common Sense Milk Jars.

These celebrated milk jars are fitted for wood pulp caps, which are easily and quickly snapped into their place, and render leakage impossible. These caps are used but once and therefore are always clean and carry no filth or disease.

Price List of Nos. 1 and 2 C. S. M. Jars.	Quarts.	Pints.	½ Pints
Per dozen.....	\$.90	\$.75	\$.65
Per half gross.....	4.50	3.50	3.00
Per gross.....	8.00	6.00	5.00

(Five gross lots and upwards) prices on application.

The Common Sense Milk Jars are fitted for two sizes of caps. The No. 1 cap is 1 3/4 inches in diameter. The No. 2 cap is 1 1/4 inches in diameter. The No. 2 is the most popular size.

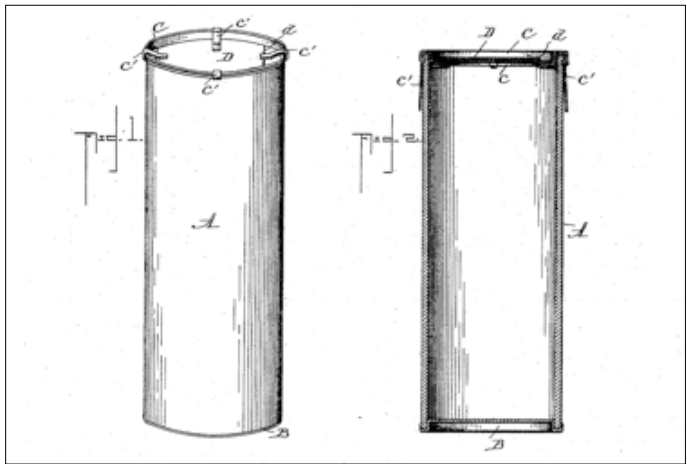
We also sell Imperial C. S. and Tin Top bottles which are measured by the Imperial Standard, i.e. quarts, 40 oz. pints, 20 oz. These are used by the Canadian trade.

limiti legati al materiale e alla modalità di vendita. Le bottiglie a rendere avevano un notevole costo di gestione. I vuoti occupavano spazio durante il trasporto e molti recipienti si rompevano accidentalmente nella raccolta, il lavaggio e il riempimento. I clienti a volte non restituivano i vuoti e li riutilizzano in casa per contenere altri alimenti o prodotti chimici. Agli inizi del 1900 la vita media di una bottiglia di latte era di circa venti viaggi, andata e ritorno, prima di dover essere rimpiazzata. Oltre a questi aspetti, non si poteva essere assolutamente sicuri che il vetro fosse realmente pulito prima di essere riutilizzato. I clienti dovevano lavare i flaconi subito dopo l'uso, ma questo non sempre accadeva e poteva rimanere del latte viziato sul fondo delle bottiglie.

Si cominciò così a pensare a un contenitore a perdere, che fosse accettato dai clienti e che resolvesse le questioni citate. Fu la genesi dei contenitori per il latte in cartone.

1.4. I PACKAGING IN CARTA CERATA

Il primo packaging in cartone cerato per il latte risale all'inizio del ventesimo secolo. Nel 1904, a Philadelphia, James Kinsey depositò un brevetto per un contenitore cilindrico provvisto di tappo di chiusura che doveva costare così poco da poter essere gettato dopo l'uso¹³. Il contenitore fu presentato come alternativa al latte in vetro, poiché eliminava il problema del recupero dei vuoti e della loro pulizia. Tra il 1911 e il 1915 il Signor John Van Wormer, cittadino dell'Ohio, progettò un contenitore cerato



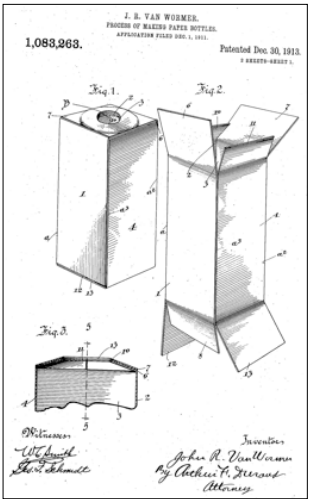
13 "The primary object of my invention is to provide a paper milk bottle which can be manufactured and sold at such small cost that the same may be thrown away after being once used for the purpose of delivering milk." James Kimsey, "Paper Milk Bottle" Brevetto 764.474, 5 luglio 1904.

A sinistra: brevetto del primo packaging in carta cera per il contenimento del latte fresco. James Kinsey, Philadelphia 1904.

Nella pagina accanto: Fotografia e brevetto del packaging a forma quadrata ideato da John Van Wormer, Ohio, 1915.

di forma quadrata, che perfezionò con un sistema di chiusura ermetica, come nell'immagine qui accanto. Queste confezioni avevano il vantaggio di poter essere realizzate da un singolo foglio di cartone, riducendo gli sprechi e facilitando la produzione. Il packaging prima era assemblato e poi immerso in un bagno di paraffina bollente, che ne sigillava le superfici. La forma squadrata permetteva di contenere, a parità di peso, il doppio del latte contenuto in una bottiglia di vetro. Sul retro erano scritte le istruzioni per l'uso che illustravano, con immagini e testo, come tagliare l'angolo del packaging per versare il contenuto. Queste scatole furono prodotte in varie dimensioni, anche se inizialmente non ricevettero una buona risposta a livello commerciale.

Parallelamente a Wormer, nel 1912, William Giesseman realizzò una confezione di carta cerata a forma di bottiglia. L'uso di una forma consolidata favorì il passaggio dalle tradizionali bottiglie di vetro, verso un packaging leggero e monouso. Il collo della bottiglia era irrobustito dalle pieghe del cartone e sigillata in cima con un tappo a disco, di quelli già in commercio all'epoca.



Queste bottiglie costavano molto poco e potevano essere riempite da macchinari automatici.

Pochi anni dopo nel 1918 Wilbur L. Wright depositò il suo brevetto per una bottiglia, in carta cerata, di forma conica. Era realizzata con un foglio di carta intriso nella cera liquida, che proteggeva la bottiglia dall'umidità e preservava le qualità del latte. La sommità della bottiglia era chiusa con un bordo metallico, nel quale veniva inserito il tappo a disco, per la chiusura ermetica. L'introduzione di questi packaging spinse la rivista americana *Science & Invention* a sostenere nel 1929 che "la tradizionale bottiglia in vetro, utilizzata per oltre 40 anni per la distribuzione del latte, presto sarebbe stata un oggetto del passato"¹⁴.



Fotografia della *Paper Bottle*, ideata da William Giesseman negli USA, anno 1912.

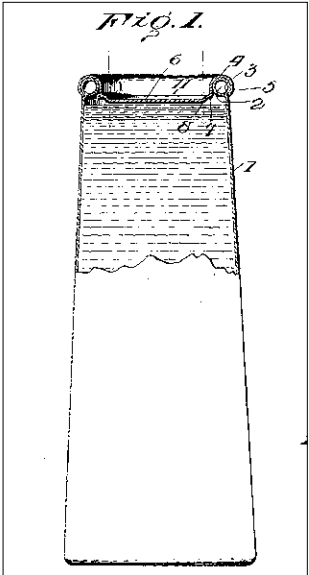
14 "Paper bottles newest type of sanitary milk: dispensing means, now being substituted for glass", *Science & Invention Magazine*, Giugno 1929.

L'articolo sottolineava come la combinazione di prezzo e aspetti sanitari avrebbe sempre più sospinto il mercato a orientarsi verso contenitori di carta. Questi packaging, per accrescere la consapevolezza del consumatore verso un utilizzo usa e getta, riportavano sulla superficie della confezione un testo di ammonimento: "*Penalty for reuse twenty-five dollars*". Ciò doveva scoraggiare i clienti dal riutilizzare la confezione del latte, garantendo il livello di igiene del prodotto fresco.



A sinistra e nella prossima pagina: Fotografia della *Paper Bottle*, a forma cilindrica, realizzata da Wilbur L. Wright.

Sotto. Brevetto del packaging di Wilbur L. Wright, Stato del Maryland, Gennaio 1918.



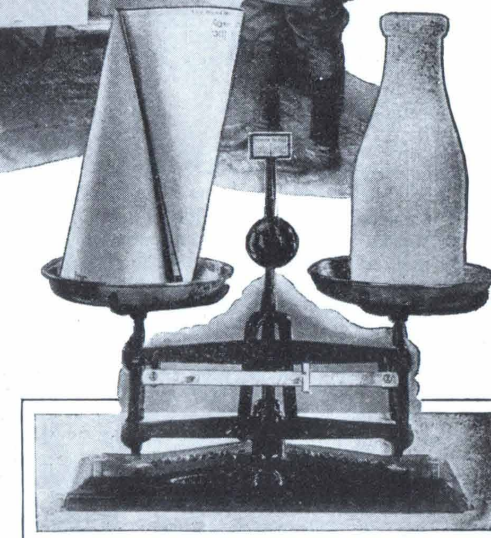
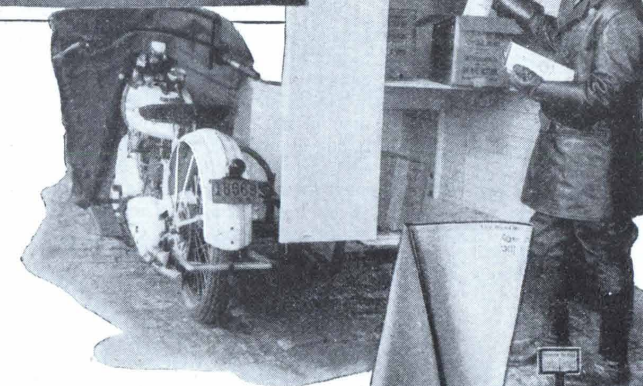
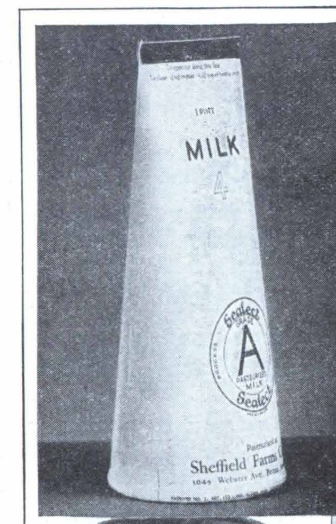
Nel 1932, a New York, la società Sealed Containers Corporation, su brevetto di John Seifert, realizza il *Sealcone*. A differenza delle confezioni in cartone rigido, *Sealcone* era realizzato con un foglio di carta flessibile. L'estremità superiore del cono era sigillata con una guarnizione metallica su cui era impressa la data di confezionamento. Per aprire il cono, si doveva tagliare la punta che veniva poi ripiegata per richiuderlo. Poiché questo packaging era ermeticamente sigillato, poteva essere trasportato anche a testa in giù, riducendo il volume necessario per il trasporto.



A sinistra: pubblicità del packaging *SealCone*, primi anni '30, Stati Uniti d'America.

Nella pagina accanto: editoriale apparso nel maggio 1929 per la rivista "Modern Mechanics".

New York Dairies Deliver Milk in Paper Bottles



The above photos show the new paper milk containers which are replacing glass bottles. Several New York dairies are already using the paper bottles with satisfactory results. Pint-size containers are standard, as shown in the top picture. They are fastened with a metal clamp and are opened by cutting along the top. The new containers are more economical in use, since dairies need not maintain expensive bottle cleaning equipment. Milk can be shipped in paper cartons, as shown in the center picture, the wedge-shaped packages being very economical of space. Two pint containers weigh the same as a quart bottle, as shown by the balanced scales at the right.

THE OLD familiar milk bottle which greets the householder on the back stoop every morning bids fair to be replaced by a paper container which has several advantages over the glass bottle. In the first place, the new container cannot be shattered and it has no glass edges to be chipped off with consequent danger of foreign particles finding their way into the milk. Instead of a flat cap as on an ordinary bottle, which must be handled with the utmost respect if the bottle opener is not to be drenched with a geyser of milk, the paper container is opened by cutting along a dotted line with a knife. If the entire contents are not consumed immediately, the top can be folded over and the milk is preserved in sanitary condition. The paper bottles are less expensive than the glass variety, costing three-fourths of a cent each, while the cost of a glass bottle averages over one cent for each time it is used, the average life of a bottle being but four trips before it is broken.

Agli inizi degli anni '40 i cartoni del latte cominciarono realmente a diffondersi e a sostituire, almeno negli USA, le bottiglie di vetro. Nel giugno del 1937, un inventore di nome John Hothersall ne aveva brevettato la forma e il sistema di chiusura. Il packaging era realizzato in fabbrica e poi riempito e sigillato nel caseificio. Era costituito da quattro elementi: la parte superiore, la base, il cappuccio di chiusura e le quattro facce di cartone. Il produttore presentava questo sistema di sigillatura come più igienico e sicuro rispetto alle confezioni concorrenti, spedite piatte ai produttori di latte.

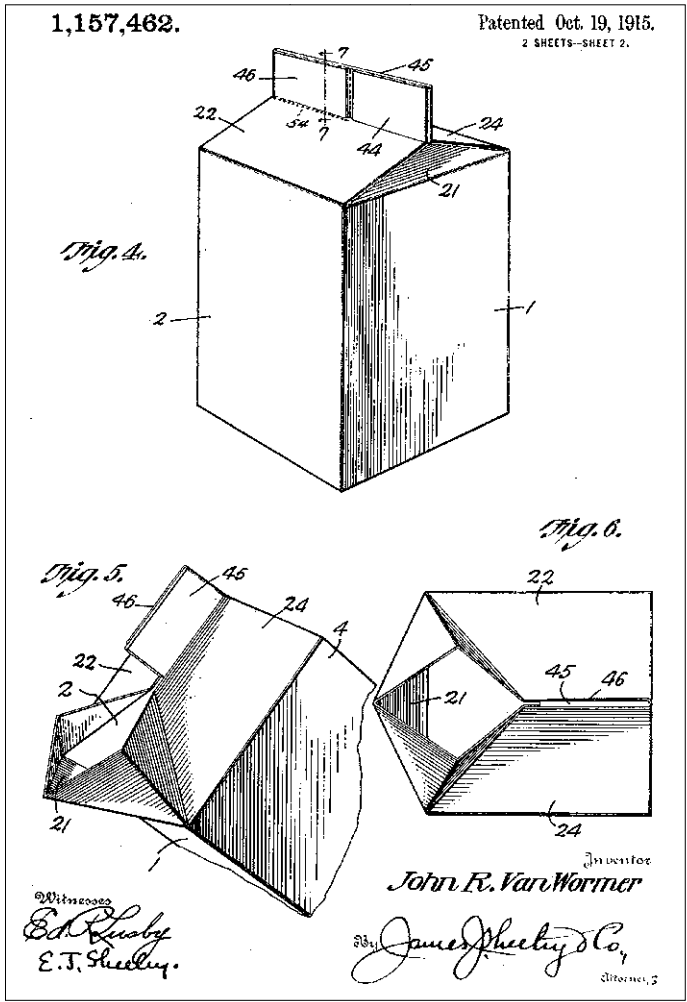


A sinistra: Sistema di chiusura del packaging di John Hothersall, 1937, USA.



Sopra: packaging Borden's da un quarto di gallone per latte omogeneizzato, anni '40, USA.

Il decennio degli anni '50 in America vide l'ascesa di una nuova famiglia di confezioni per il latte chiamate in inglese *Gable Top*. Il brevetto di queste confezioni era in realtà stato depositato parecchi anni prima, nel 1915, da John Van Wormer, lo stesso progettista che aveva realizzato anche altri confezioni di forma quadrata che abbiamo trattato in precedenza. L'efficacia dei contenitori Gable Top risiedeva nell'utilizzare l'apertura del timpano, come beccuccio per l'erogazione del latte. Con una semplice sequenza di gesti, i consumatori potevano accedere al prodotto e servirsene in modo pratico. I Gable Top erano prodotti da un unico foglio di cartone cerato che il produttore inviava agli stabilimenti di



Brevetto del packaging *Gable Top* registrato da John Van Wormer, 1915, USA.

confezionamento. I fogli erano quindi piegati, riempiti e sigillati dalla una macchina. Poiché i fogli erano inviati piatti, il sistema faceva risparmiare molto denaro nei costi di logistica e trasporto.

Questa forma di confezione divenne progressivamente sempre più popolare, tanto che ancora oggi è comunemente riconosciuta come uno dei modelli più diffusi di packaging di latte.



A sinistra: istruzioni illustrate per l'uso di un contenitore a timpano, *Gable Top*.

Nella doppia pagina successiva: Pubblicità anni '40 del packaging del latte Pure-Pak, in formato *Gable Top*, USA.

Sotto: serie di fotografie delle fasi di apertura ed erogazione del contenuto.



Try the Modern, Better Way
to buy Milk..in *Pure-Pak*

YOUR *Personal* MILK CONTAINER

REG. U.S.

PAT. OFF.



*I wouldn't think
of buying Milk
any other way!*

THE SATURDAY EVENING POST

June 30, 1951



In the Good Old Summertime!

Nothing gets the family going like that old familiar Summertime suggestion, "Let's have a picnic!" Little people and big people all go for this idea. Pack the baskets handle-high with potato salad, baked beans, sandwiches, cake and pie! And don't forget plenty of cold, refreshing milk. How can you enjoy Mother Nature to the full without your fill of Mother Nature's finest food beverage? And no one has to do any fixin' when it comes to milk. "Bossy" and your dairyman have taken care of all that. If you're extra smart you'll take it in Pure-Pak . . . the light-weight, easy-to-carry, disposable paper milk container. There are no bottles to wash or return when the milk's in Pure-Pak. The same convenience of course is appreciated in everyday purchases of milk. Are you enjoying the convenience of milk-in-Pure-Pak, now available in 48 states? You're missing something if you're not. Ask for it today!

Marvelous cleanliness that
begins in the deep pine forests

From the peeled, white, glowing pine logs whose sturdy fibers provide the strong paperboard from which Pure-Pak containers are made . . . to the carefully supervised processing of the containers in your local dairy . . . every step in Pure-Pak handling conforms to the highest possible standards of cleanliness and health protection. Pure-Pak containers are formed, sterilized in hot, molten paraffin, and filled with your dairy's rich, wholesome dairy products automatically, without the touch of human hands. They are used only once . . . only for dairy products . . . only by you!

Pure-Pak Division
EX-CELL-O CORPORATION
Detroit 32, Michigan

Pure-Pak
YOUR PERSONAL MILK CONTAINER



1.5. IL CASO TETRA PAK E I CONTENITORI IN POLIACCOPPIATO

Il dottor Ruben Rausing, dopo essersi laureato all'Università di Economia di Stoccolma, nel 1920 si trovava a New York per frequentare un master alla Columbia University. In quel periodo, Rausing vide per la prima volta la tipologia di vendita self-service, che stava velocemente prendendo piede in Nord America. Si rese conto che il modello di distribuzione a libero servizio si sarebbe ben presto diffuso anche in Europa e questo avrebbe determinando un aumento nella domanda di prodotti confezionati. Tornato quindi in Svezia, nel 1929 fondò, con Erik Åkerlund, la Åkerlund & Rausing, la prima azienda in Scandinavia specializzata nel confezionamento alimentare.

Con un'intuizione che lo avrebbe portato molto lontano, Rausing decise di intervenire in questo scenario per sostituire la poco pratica



Ruben Rausing, fotografato con due Tetra Pak Classic, Svezia, 1944.

bottiglia di latte in vetro, ancora in uso in Svezia, con qualcosa di più elegante. Egli puntava a realizzare un packaging monouso, economico, semplice da produrre e riempire in modo automatizzato, igienico, impermeabile e pratico sia per i clienti che per i negozianti. Nel 1944, Erik Wallenberg, un progettista della Åkerlund & Rausing, propose una soluzione innovativa che fu subito accettata. Aveva ideato una confezione di cartone a forma di tetraedro. Cominciò il processo di ricerca e sviluppo dei macchinari necessari a formare, riempire e sigillare automaticamente i tetraedri.

Nel 1946, dopo due anni di lavoro, Rausing ottenne i risultati sperati: nasceva il Tetra Pak Classic. Il sistema di confezionamento Tetra Pak iniziava con la saldatura di un tubo, creato da un rotolo di cartone impermeabile. Il tubo veniva poi sterilizzato, riempito e sigillato alle due estremità, con saldature alternate di novanta



A sinistra e nelle pagine successive: Serie di immagini di repertorio Tetra Pak, anni '50-'60.

gradi. La confezione era a tenuta ermetica e senza presenza interna di aria, così da garantire la massima durata di conservazione del latte. L'intero processo avveniva in modo automatico. La confezionatrice era comandata con catene e ruote dentate che azionavano



le ganasce di saldatura sulla superficie del tubo di carta. Altri tipi di imballaggio come detto erano stati sviluppati negli stessi anni. Ma il problema per tutte queste confezioni era che il flusso di latte, durante il riempimento, era interrotto al termine di ogni ciclo, sigillando con il latte anche una parte di aria che alterava la conservazione dell'alimento. Il latte per questa ragione non poteva essere conservato per lungo tempo, specie nei periodi più caldi. Questi prodotti dovevano essere sempre mantenuti refrigerati nelle fasi di trasporto, limitando la dimensione del area geografica in cui essi potevano essere distribuiti.

Parallelamente alla produzione delle macchine per il confezionamento dei tetraedri, il gruppo di lavoro gestito da Rausin si occupò anche di progettare le fasi successive della logistica, della distribuzione e del consumo finale.





Il trasporto dei tetraedri fu ottimizzato con dei cestini di forma esagonale che contenevano ognuno diciotto confezioni, disposte da una macchina secondo una precisa sequenza geometrica. Grazie alla forma esagonale, i cestini potevano essere accostati e impilati gli uni agli altri, dando origine a una composizione modulare molto efficace per ridurre gli ingombri durante il trasporto.



A sinistra: Tetra Pak, Centrale del Latte di Milano, anni '60.

Il Tetra Pak aveva rispetto al passato una serie di vantaggi commerciali: costava poco, pesava molto meno del vetro, era pratico da usare e trasportare, garantiva l'igiene e la conservazione del latte che non subiva le alterazioni della luce. La confezione si apriva facilmente, non gocciolava durante l'erogazione e su ogni confezione si trovava impressa la data di produzione.

“Il materiale di base era carta comune e un sistema particolare di plastificazione la rendeva impermeabile e termosaldabile. In una fase di sviluppo successivo - all'inizio degli anni sessanta - verrà

interposto, a guisa di *sandwich*, un foglio di alluminio al fine di garantire una più lunga durata di freschezza del prodotto. L'accoppiamento di un foglio di carta con un film in materiale plastico e di alluminio rappresenta il superamento dei limiti della carta e il risultato che tre diversi materiali, impiegati gli uni a favore degli altri, permettono di ottenere”¹⁵.



15 Anceschi, Giovanni e Bucchetti, Valeria, *Packaging alimentare*, in Capatti Alberto, De Bernardi Alberto, Varni Giovanni (a cura di), *Storia d'Italia. L'alimentazione*, vol. 13, Torino, Einaudi, 1998, pag. 862.

In Italia la prima azienda a credere che i liquidi potessero essere “impacchettati” fu la Centrale del Latte di Modena che nel 1956 introdusse una linea di produzione Tetra Pak per il proprio prodotto. Cinque anni dopo arrivò la Centrale del latte di Roma e nel 1962 quella di Milano.

Negli anni successivi la società svedese continuò a progettare nuove forme di packaging, che si sostituirono al primo tetraedro grazie alle loro nuove funzioni prestazionali. Nel 1963 fu presentato il *Tetra Brick*, contenitore a forma di parallelepipedo che si affermò rapidamente per la praticità di stoccaggio regolare della forma squadrata e per la progettazione grafica della superficie comunicativa. Solo tre anni dopo nel 1966 l'azienda mise sul mercato un contenitore a torretta con sistema di chiusura a forma di timpano chiamato *Tetra Rex*. Questo imballaggio, ancora oggi molto diffuso nel nostro scenario quotidiano di consumo, fu realizzato dall'unione della forma Gable Top, brevettata ben cinquant'anni prima in America¹⁶, e al metodo di formatura, riempimento e sigillatura asettica delle confezioni messo a punto per le precedenti confezioni realizzate dall'azienda svedese.

I packaging del latte in poliaccoppiato sostituirono rapidamente le bottiglie di latte in vetro, introducendo modalità di acquisto, di trasporto e di consumo totalmente nuove rispetto al passato. Il latte, occultato alla vista dalla superficie della confezione, si presentava e descriveva attraverso la sua veste grafica, riprodotta poi in serie dalle macchine di confezionamento automatico.

Nella pagina di sinistra: Tetra Brick Aseptic, anni '70.

16 Cfr. Brevetto anno 1915. pag. 36.

1.6. IL LATTE NELLE BOTTIGLIE DI PLASTICA

La plastica fu inventata inizialmente per sostituire alcuni materiali comuni come l'avorio, la gomma e la lacca. La sua natura unica risiede nella sentisi chimica dei composti. Per effetto del calore i materiali plastici diventano liquidi e facilmente manipolabili. Riducendo la temperatura il composto ritorna allo stato solido mantenendo la forma che gli è stata impressa. Le ricerche scientifiche condotte sui polimeri nel corso del '900 diedero vita a differenti tipologie di plastica come *PVC*, *PET* e *HDPE*. Questi nuovi materiali portarono a grandi cambiamenti nel sistema delle merci e della produzione di imballaggi. Anche i packaging alimentari sfruttarono le peculiarità della plastica creando materiali composti come il poliaccoppiato carta, alluminio, plastica del *Tetra Pak*. Negli anni '70 fu presentata nel settore delle acque e delle bevande gassate la bottiglia in plastica *PET*. L'imballaggio era molto leggero, resistente agli urti, trasparente e facilmente trasportabile. A differenza dei contenitori in vetro, le bottiglie in plastica potevano facilmente essere realizzate in forme, colori e lavorazioni delle superfici nuove rispetto al passato. L'uso della plastica nel settore alimentare divenne esso stesso elemento di identità di prodotto alimentare rivolto ad un consumo veloce.

Nel decennio degli anni '90 le bottiglie di plastica furono introdotte anche per il confezionamento del latte. In Italia la prima azienda fu Parmalat, che dal 1997 incominciò a confezionare il latte *UHT* (Ultra High Temperature) in bottiglie di polietilene in triplo strato *HDPE*. A seguito anche il latte fresco pastorizzato venne confezionato in bottiglie di *PET*. I due materiali, comunemente usati ancora oggi, permisero di conservare il latte in contenitori impermeabili all'ossigeno, garantendo il mantenimento

Nella pagina accanto: Bottiglie di latte Parmalat Natura Premium, materiale *HDPE*, Italia, 2012.



dell'alimento fino al momento del consumo. Le bottiglie in *PET* utilizzate per il latte fresco furono rese trasparenti restituendo, ai clienti abituati ancora al vetro, l'accesso visivo diretto del prodotto al momento dell'acquisto e del successivo utilizzo.

La comunicazione del prodotto latte si concentrò fortemente sulla progettazione e il successivo ammodernamento delle componenti verbo iconiche dell'etichetta. Ad essa soprattutto era affidato il compito di garantire la riconoscibilità del prodotto rispetto ai diretti concorrenti disposti negli scaffali delle catene di supermercati.



Nella pagina accanto: studio grafico dell'etichetta della bottiglia di latte della Centrale di Vicenza, Italia, 2012.



Sopra: fotografia latte Parmalat Fresco Blu di Carlo Facchini, Italia, 2013.

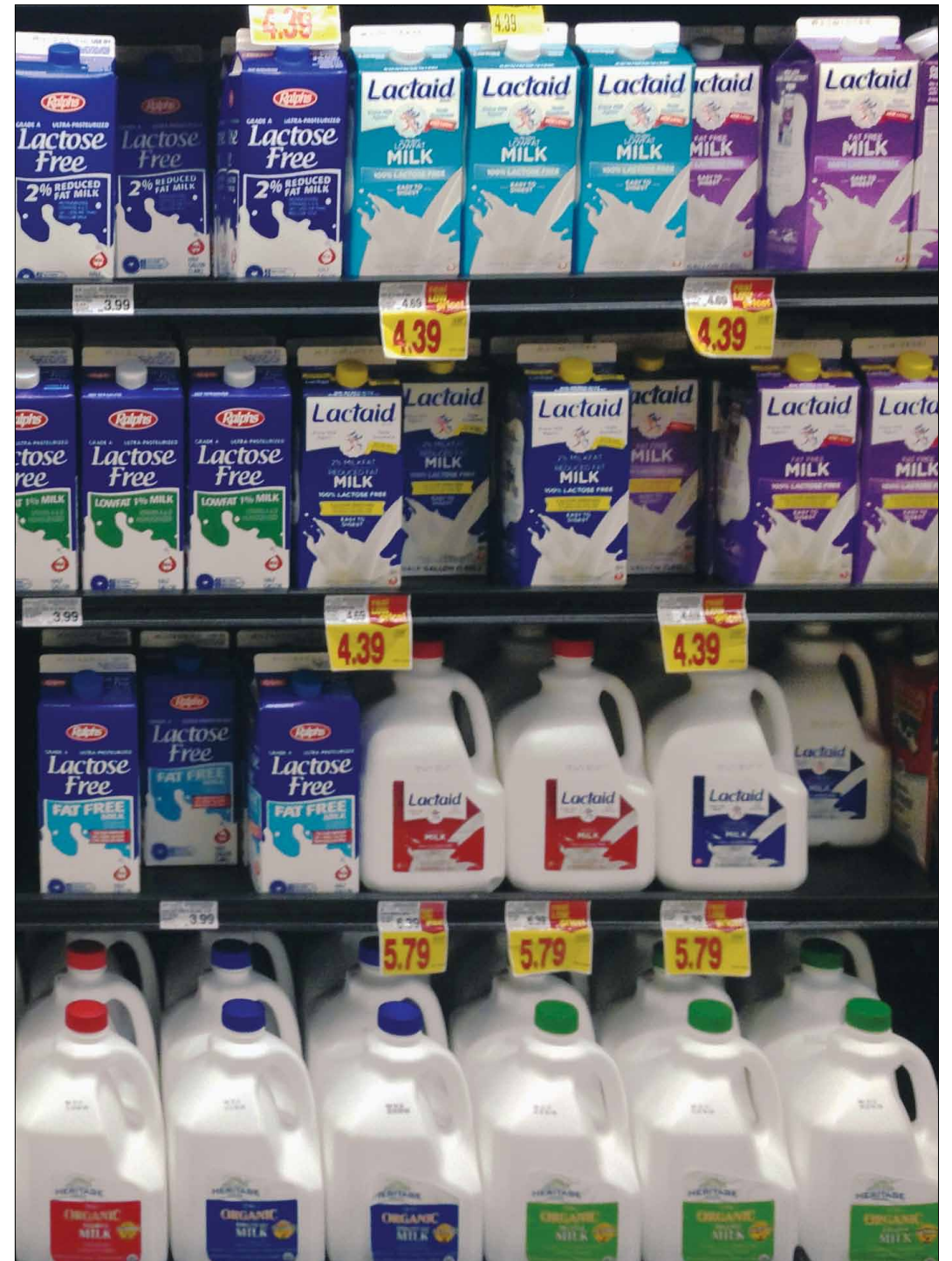
1.7. IL CONTESTO CONTEMPORANEO ALLA LUCE DELLE TENDENZE DEL PASSATO

Nel contesto contemporaneo le confezioni di latte in commercio possono essere divise in tre differenti tipologie di packaging direttamente legate al materiale di cui sono composte: bottiglie in vetro, confezioni di varie forme in poliaccoppiato e l'intera gamma delle bottiglie e dei contenitori in materiale plastico.

Il vetro è stato da tempo sostituito dalle più moderne confezioni, ma trova ancora spazio presso una fascia di consumatori alla ricerca di un prodotto di alta qualità, legato in maniera implicita ai processi produttivi della tradizione e alla trasparenza qualitativa del materiale. I packaging appartenenti alla famiglia *Tetra Pak* e poliaccoppiati nel corso degli anni '60 hanno rivoluzionato l'industria del settore con l'introduzione di un materiale e di procedure di confezionamento innovative. Sviluppando queste caratteristiche negli anni hanno migliorato la loro funzionalità attraverso ibridazioni morfologiche che li hanno resi più simili alla forma delle bottiglie, così da andare incontro agli stili di vita delle persone. Ad esempio i contenitori a timpano *Gable top* sono stati forniti di tappi di erogazione in plastica, con chiusura a vite, così come di maniglie o manici per il trasporto. Le bottiglie di plastica a loro volta si sono diffuse a partire dagli anni '90 poichè riproponevano al consumatore i gesti e la trasparenza del vetro uniti alla resistenza e leggerezza dei polimeri.

Al giorno d'oggi i consumatori al momento dell'acquisto hanno a disposizione un ampio ventaglio di possibilità. Molte volte accade così che la scelta del consumatore non dipenda realmente dal contenuto dell'imballaggio ma sia determinata da una serie di significati veicolati dal packaging.

A destra e nella doppia pagina successiva: Packaging di latte fresco esposti negli scaffali refrigerati di un supermercato, 2013, USA.





Saint Benoît
Organic Whole Jersey
Milk

Saint Benoît
Organic Whole Jersey
Milk

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
HALF GALLON

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
HALF GALLON

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
HALF GALLON

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
HALF GALLON

ORGANIC

ORGANIC

ORGANIC

ORGANIC

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

ORGANIC VALLEY
GRASSMILK
REDUCED FAT MILK

RETAIL PRICE
\$4.99
4.99

EVERYDAY LOW PRICE!

5.89

EVERYDAY LOW PRICE!

5.89

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

WHOLE
FOODS
Organic
Milk
ONE QUART

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

CLOVER
MILK

3.49

3.49

3.49

3.49

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

ALTA
DENA
LOW FAT
MILK

CAPITOLO 2.

Analisi dei packaging contemporanei

2.1 INNOVAZIONE E IDENTITÀ NELLO SCENARIO CONTEMPORANEO

Lo studio dell'identità delle confezioni del latte procede ora con una ricognizione dei packaging attualmente presenti nello scenario contemporaneo, a livello nazionale e internazionale, in base a criteri di innovazione progettuale e alle proprietà e funzioni comunicative. Ogni packaging individuato è stato esaminato e descritto evidenziando le scelte tecniche e comunicative che ne caratterizzano l'identità di prodotto e lo fanno emergere dal contesto generale. Per ogni confezione lo studio ha analizzato contemporaneamente sia le funzioni strutturali dell'imballaggio, sia le funzioni comunicative.

Le funzioni d'uso si dividono in prestazionali - se riferite al prodotto, alla produzione e al ciclo di vita dell'imballaggio - e funzioni operative quando fanno riferimento ai plus prestazionali, all'usabilità del packaging e all'accesso al prodotto da parte dell'utente-fruitori¹.

Le funzioni comunicative attengono invece a tutti i processi di comunicazione che l'oggetto packaging instaura con l'utente-fruitori. Esse sono un complesso e stratificato insieme di narrazioni che si esplicano nelle diverse fasi della vita della confezione. Dal primo contatto visivo, all'acquisto e uso, fino alla dismissione finale e al processo di riciclaggio, il packaging comunica all'utente per mezzo di "dispositivi comunicativi che attivano i processi di significazione dell'oggetto"².

A partire da archivi tematici in rete, blog, siti internet, riviste di settore, monografie e raccolte fotografiche, sono stati individuati, catalogati e schedati 100 packaging del latte, sia imballaggi attualmente in commercio, sia concept di progetto.

2.2 CRITERI DI RACCOLTA E ANALISI

Facendo riferimento alla tassonomia e alle categorie secondo cui è stato costruito il *Packaging Design Archive*³ e adeguandole al nostro particolare contesto di ricerca, sono state definite dieci voci di catalogazione e analisi che riteniamo significative per la definizione dell'identità dei packaging selezionati.

- Crediti
- Descrizione
- Tipologia di progetto
- Materiali e struttura morfologica
- Sostenibilità ambientale
- Elementi comunicativi
- Linguaggi
- Sensorialità
- Accessibilità informativa
- Packaging new medium

³ Il Packaging Design Archive è un osservatorio che raccoglie, cataloga e condivide in rete i migliori esempi di packaging innovativi. Si propone come uno strumento per l'attività di ricerca, di sviluppo di progetto e per il monitoraggio delle innovazioni nel settore del packaging design. È un archivio on-line di progetti di packaging catalogati e organizzati secondo i criteri che sono alla base del design della comunicazione: elementi grafici (tipografici, verbo-iconici, cromatici); strutturali; di servizio; di sostenibilità. Progetto ideato e sviluppato presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, gruppo di ricerca di Design della Comunicazione (responsabile scientifico prof. Valeria Bucchetti). Tutto il materiale raccolto per questa tesi è stato messo a disposizione del Packaging Design Archive, quale ricaduta positiva sulla collettività scientifica.

¹ Ciravegna, Erik, *La qualità del packaging*, FrancoAngeli, Milano, 2010, pag. 36.

² Bucchetti, Valeria, *Packaging Design*, FrancoAngeli, Milano, 2005.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO, ELEMENTI STRUTTURALI DELL'IMBALLAGGIO E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

CREDITI

Coordinate progettuali che consentono di identificare il packaging: nome del designer, anno di produzione, nazionalità e fonte delle informazioni.

DESCRIZIONE

Breve testo in cui sono illustrate le caratteristiche di innovazione progettuale del packaging. I testi sono stati mantenuti in lingua originale così come ricavati dalla fonte di riferimento.

TIPOLOGIA DI PROGETTO

Voce di catalogazione che distingue tra packaging di prodotti attualmente in commercio e concept di progetto.

MATERIALI E STRUTTURA MORFOLOGICA

Forme, strutture morfologiche e materiali dei packaging: bottiglia, gable top, contenitore con manico, brick; poliaccoppiato, plastica, vetro, metallo.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Aspetti di sostenibilità ambientale delle confezioni: packaging in materiale riciclato, biodegradabile o packaging riutilizzabile.

DIMENSIONE COMUNICATIVA DEL PACKAGING

ELEMENTI COMUNICATIVI

Uso della tipografia, del colore, dell'illustrazione, della fotografia, della forma e di texture e disegni per la definizione dell'identità di prodotto.

LINGUAGGI

Linguaggi espressi dai packaging: classico, contemporaneo, eco-friendly, giocoso, high-tech, ironico, massmarket, minimal, naturale, pop, storico, trasgressivo.

SENSORIALITÀ

Trattamenti o particolari interventi progettuali sulla superficie del packaging nella definizione dell'identità di prodotto.

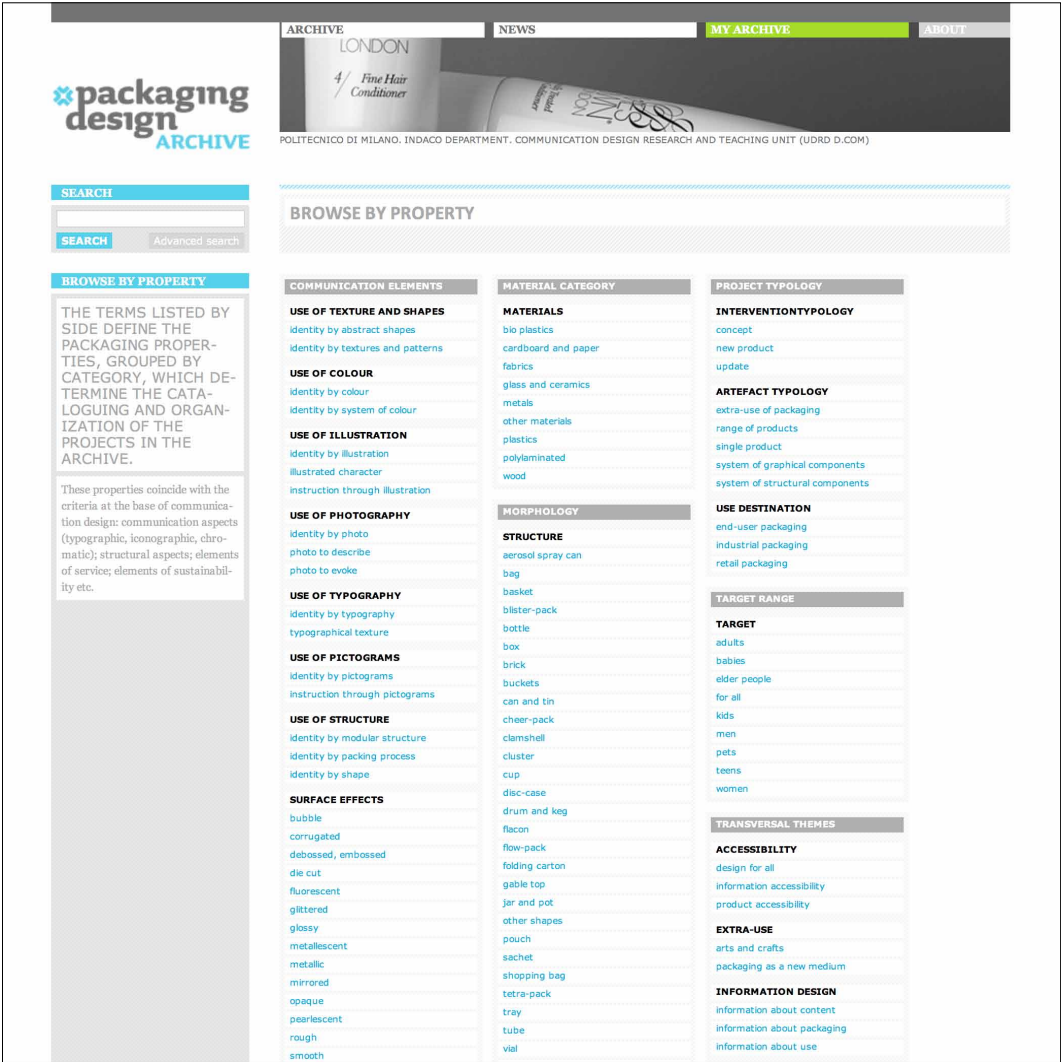
ACCESSIBILITÀ INFORMATIVA

Tipologia di informazioni veicolate dal packaging: informazioni sul packaging, informazioni sul contenuto, informazioni sull'uso e modalità di interazione.

PACKAGING NEW MEDIUM

Uso del packaging come nuovo medium per diffondere contenuti comunicativi "altri" rispetto al prodotto: ad esempio campagne di comunicazione sociale o per la sensibilizzazione di temi ambientali.

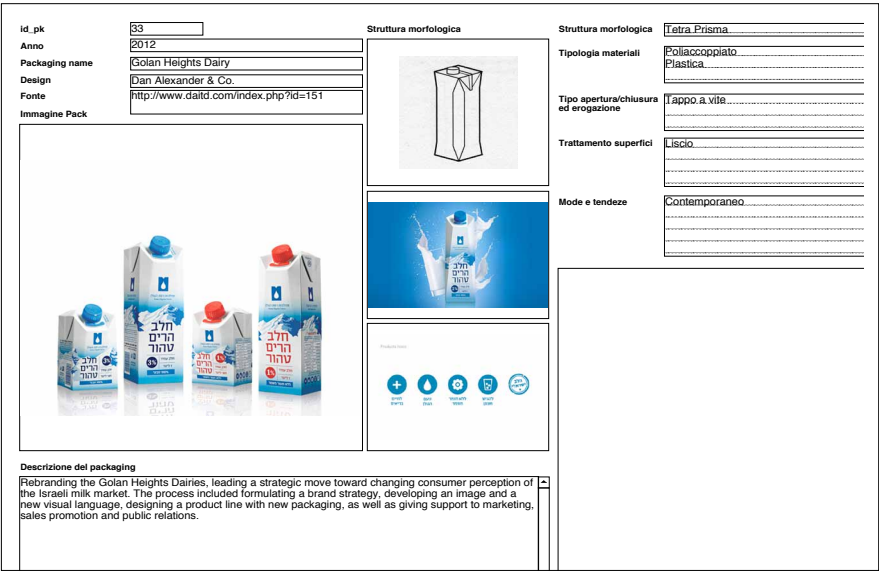
Sotto: schermata delle *properties* del sito Packaging Design Archive.
www.packagingdesignarchive.org/



2.3 STRUMENTI DI CLASSIFICAZIONE E RICERCA

A partire dalla tassonomia di riferimento è stato progettato in primo luogo un *database*⁴ ad uso “interno”, ovvero nel quale inserire tutte le informazioni, le immagini e le annotazioni riferite alla schedatura delle confezioni. Il database ha costituito un passaggio fondamentale per la ricerca perchè ha consentito di raccogliere i materiali e tenerli ordinati, per una più facile consultazione in fase di elaborazione del lavoro di tesi.

Sotto: schermata video di catalogazione di un packaging, all'interno del database.



4 Database realizzato con FileMaker Pro, anno 2012

“In questo contesto si evidenzia dunque l’importanza di poter disporre di strumenti che mettano ‘in ordine’ e nel contempo mettano ‘in relazione’, ossia facilitino le relazioni e consentano così di tracciare nuovi percorsi di innovazione a partire da un terreno comune di dialogo”⁵.

Successivamente con il database è stato quindi possibile riordinare i risultati della catalogazione, selezionando le voci di ricerca da osservare e confrontare, in relazione ai caratteri di innovazione nel packaging design.

Sotto e nella pagina a destra: schermata video di catalogazione di un packaging, all'interno del database.

Credits

Nome del packaging:

HOOD'S CULTURED COW

Anno:

2012

Pack ID:

87

Paese:

Stati Uniti d'America

Packaging di:

Katrinna Whiting

Link URL:

http://www.katrinnowhiting.com/Hood-s-Cultured-Cow

Informazioni generali

DESCRIZIONE

* Our prompt was to brand a subcompany of HP Hood LLC. My subcompany was called The Cultured Cow. It is meant to be marketed to health conscious mothers with a flair for design; mom's with good taste. "

* The Cultured Cow has an in school delivery service, the Cultured Calf, which guarantees children will get healthy, organic, and nutritious food delivered right to their school yard. There's both the at home milk carton design and kid cafeteria milk design. Ideally the milk would get delivered to school by a patterned truck! "

Tipologia di progetto

TIPO DI INTERVENTO

Nuovo prodotto

TIPO DI ARTEFATTO

Gamma di prodotti

DESTINAZIONE D'USO

Packaging commerciale

Materiali e Morfologia

STRUTTURA MORFOLOGICA

Gable Top

TIPOLOGIA MATERIALI

Poliaccoppiato

COMPONENTI STRUTTURALI

Tappo a vite

Linguaggi e Target

MODE E TENDENZE

Contemporaneo
Eco-friendly
Mass Market

TARGET DI UTENZE

PAROLE CHIAVE

CONTAMINAZIONE

Elementi comunicativi

Numero scheda

82

USO DI TEXTURE E FORME

Identità da texture e disegni

USO DEL COLORE

Identità per sistema cromatico

USO DELL'ILLUSTRAZIONE

Identità attraverso illustrazione

USO DELLA FOTOGRAFIA

USO DELLA TIPOGRAFIA

Identità per tipografia

USO DEI PITTOGRAMMI

USO DELLA STRUTTURA

Identità per forma

TRATTAMENTO SUPERFICI

Liscio
Lucido

Tematiche trasversali

ACCESSIBILITÀ

EXTRA USO

DESIGN DELL'INFORMAZIONE

MULTISENSORIALITÀ

CONTENUTI DI SERVIZIO

PACKAGING SPECIALE

SOSTENIBILITÀ

Materiale riciclato

5 Buccchetti, Valeria e Ciravegna, Erik (a cura di), *Innovazione nel packaging design. Riflessioni e strumenti*, Edizioni Dato, Milano, 2010, pag. 36.

Credits

Nome del packaging:	BARA - GOAT DAIRY	Anno:	2012
Pack ID: 57	Paese: Israele	Packaging di:	Dov Kroll
Link URL:	http://www.krolldesign.co.il/works.asp?catid=1&subcatid=35		

Informazioni generali

DESCRIZIONE

Branding, identity and packaging design for a boutique goat dairy. A small family dairy located in northern Israel, Bara's free range goats roam in their natural habitat, producing milk of the highest quality and flavor. The flying goat illustration reflects the unique philosophy of the dairy that places the well being of the animal as the central focus. Combined with a fresh, minimalist look in clean, milky tones, the design concept communicates quality, sustainability, and wholesome tradition.

The design process and the collaboration with the illustrator Yirmi Pinkus was very interesting. It was a team effort, and the client itself was very involved



Tipologia di progetto

TIPO DI INTERVENTO	TIPO DI ARTEFATTO	DESTINAZIONE D'USO
Nuovo prodotto	Gamma di prodotti	Packaging commerciale

Materiali e Morfologia

STRUTTURA MORFOLOGICA	TIPOLOGIA MATERIALI	COMPONENTI STRUTTURALI
Bottiglia	Vetro	Tappo a vite

Linguaggi e Target

MODE E TENDENZE	TARGET DI UTENZE	PAROLE CHIAVE
Minimal Eco-friendly Storico, tradizionale		

2.4 PROGETTAZIONE GRAFICA DELLE SCHEDE DI ANALISI

Al termine della catalogazione dei packaging nel database è stata realizzata una scheda di sintesi per una restituzione e visualizzazione dei risultati. Questa scelta è stata basata in primo luogo sulla possibilità di confrontare uniformemente i dati ottenuti dall'analisi delle confezioni. In secondo luogo, inoltre, mentre il database limita l'accesso alle informazioni all'utilizzo di un supporto digitale, la scheda stampata al contrario offre una restituzione “analogica” (supporto cartaceo) dei dati per una più ampia diffusione e facile consultazione. Nella definizione della scheda si è scelto di mantenere la divisione tra funzioni d'uso e funzioni comunicative. Per questo ogni scheda occupa una doppia pagina nella quale vi sono sia informazioni testuali sia immagini.

Nella pagina di sinistra della scheda troviamo due immagini del packaging e le informazioni precedentemente introdotte: i crediti (designer, anno di produzione, nazione e fonte), le informazioni generali della confezione, la tipologia di progetto (imballaggi attualmente in commercio o concept di progetto), i materiali, la struttura morfologica e gli elementi di sostenibilità ambientale (riciclaggio, riusabilità e packaging biodegradabile).

Nella pagina di destra sono rappresentate invece le voci di analisi delle proprietà comunicative del packaging: uso degli elementi comunicativi (forma, colore, tipografia, ecc.), tipologia di linguaggio, trattamento delle superfici, accesso informativo (informazioni sul prodotto, informazioni sull'uso, informazioni sul packaging) e uso del packaging come nuovo medium. Le fotografie in questa pagina hanno tagli e dimensioni adeguate a evidenziare le tassonomie comunicative individuate per il packaging.

Per semplificare la lettura dei dati, si è scelto di *scurire* o *schiarire* il colore dei blocchi di testo di alcuni paragrafi della scheda, in base alla presenza o all'assenza di informazioni riferite a quella categoria così da simulare una sorta di “attivazione” o “disattivazione” delle informazioni.

Nella fase iniziale di ricognizione e catalogazione il campione inserito nel database era composto da 135 confezioni. Questo numero è stato in seguito ridotto perché non tutti i packaging costituivano casi di sperimentazione progettuale. Il nuovo campione di cui sono state realizzate le schede di sintesi inserite in questo volume comprende 100 packaging.

È sin d'ora rilevante osservare come la schedatura dei packaging comprenda solo 6 realizzazioni italiane. Il dato rappresenta il livello di sperimentazione progettuale del nostro paese per quanto attiene all'identità di prodotto alimentare.

Nome del Packaging

CREDITI

Design: _____
Anno: _____
Nazione: _____
Fonte: _____

DESCRIZIONE

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- _____

MATERIALI E STRUTTURA

- _____
- _____

SOSTENIBILITÀ

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Linguaggi

- _____
- _____
- _____
- _____

SENSORIALITÀ

- _____
- _____
- _____

ACCESSIBILITÀ E SERVIZIO

- _____
- _____

NEW MEDIUM

- _____
- _____

CAPITOLO 3.

Schede packaging osservati

100 X 100

CREDITI

Design: Adrián Froufe

Anno: 2012

Nazione: Italia

Fonte: <http://lovelypackage.com/student-work-adrian-froufe/>

DESCRIZIONE

"100x100 is a brand dedicated to organic food that seeks to create links between rural producers and urban consumers and tries to improve the quality of the products we consume in our day to day lives. We have sought to give this brand a new and attractive aesthetic component that breaks with the classic image of organic and environmentally friendly products."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro con tappo in metallo
- Vassoio in cartone corrugato

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato
- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Colore



LINGUAGGI

- Minimal
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Tipografia serigrafata

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

8th Continent Soymilk

CREDITI

Design: Ben Javens

Anno: 2010

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://benjavens.co.uk/filter/packaging/8th-Continent>

DESCRIZIONE

"Illustration work commissioned by BBDO West for 8th Continent's 2010 re-brand."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Sistema cromatico
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Naturale
- Giocoso
- Eco-friendly

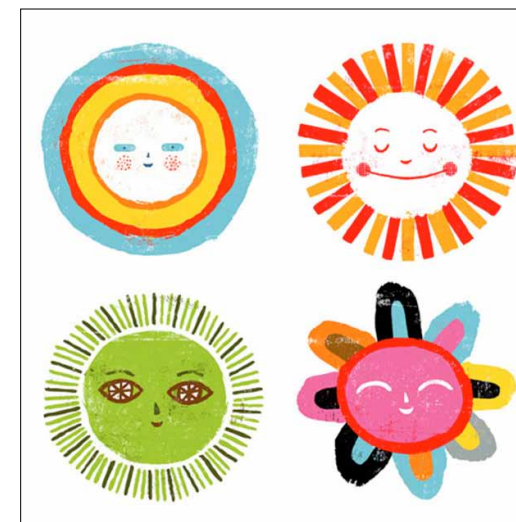
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Air Milk

CREDITI

Design: Binalogue

Anno: 2008

Nazione: Spagna

Fonte: <http://binalogue.com/2008/06/airmilk/>

DESCRIZIONE

"We conceptualised, art directed & designed package artwork for an eco-friendly alternative to British Airways in-flight milk packaging."

Client: British Airways

Production company: Ecolean

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per il latte fresco
- Prodotto singolo, edizione limitata

MATERIALI E STRUTTURA

- Ibrido tra busta stand-up e contenitore con manico
- Poliaccoppiato di calcio e legante plastico

SOSTENIBILITÀ

- Materiale biodegradabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul packaging
- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Altogether Better

CREDITI

Design: Omsco

Anno: 2005

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.omsco.co.uk>

DESCRIZIONE

"OMSCo – the Organic Milk Suppliers Cooperative – is a company run by farmers for farmers. Formed in 1994 by a group of like-minded dairy farmers, OMSCo has grown to become the UK's leading and longest established 100% organic dairy cooperative, uniquely focussed on the production and promotion of organic milk and ingredients."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Restyling packaging
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore con manico
- Plastica

SOSTENIBILITÀ

- Materiale biodegradabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Fotografia evocativa
- Colore



LINGUAGGI

- Eco-friendly
- Naturale
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Textura porosa

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Aluminum Milk Pack

CREDITI

DESCRIZIONE

“Bottles: Totally recyclable aluminum one way milk packaging.

Case for 6 bottles: recycled molded egg carton like material, 100%recycled/biodegradable packaging material.

This project features the aluminum due to it's high recyclability.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in alluminio con sigillo di chiusura
- Fardello da 6 confezioni per il trasporto

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato
- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia

LINGUAGGI

- Classico
- High-tech
- Minimal
- Trasgressivo

SENSORIALITÀ

- Lettering in rilievo
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Ambrosia Milk Packaging

CREDITI

Design: Allison Biesboer

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Ambrosia-Milk-Packaging/1165001>

DESCRIZIONE

"So in essence I combined ideas of the past and put a new spin on it with cleaner colors. The mixture of old and new fonts and retro inspired patterns, which are cleaner.

Because of the small size, they would be in these shops for single-serving consumption, perhaps near the checkouts as well as in the milk aisle."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in plastica
- Tappo di chiusura

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Contemporaneo

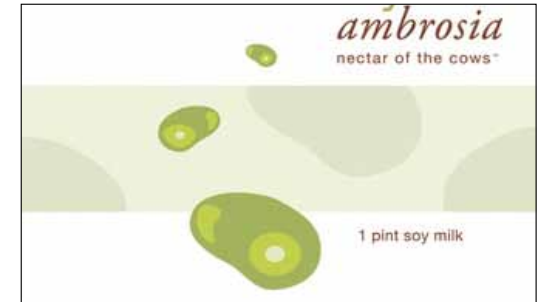
SENSORIALITÀ

- Tappo zigrinato
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Arla

CREDITI

Design: Werk Design

Anno: 2008

Nazione: Svezia

Fonte: <http://www.werk.se>

DESCRIZIONE

“Vector illustrations and typographic designs for the Arla Milk packaging.”



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging
- Gamma di prodotti, edizione limitata

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore Brick
- Poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore e sistema cromatico
- Tipografia



Linguaggi

- Mass Market
- Pop
- Contemporaneo



SENSORIALITÀ

- Superfície lisa

ACCESSIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul packaging
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM

- Comunicazione extra prodotto
- Target pubblico adolescente



Arla Milk – WWF Earth Hour

CREDITI

Design: Milk Sweden

Anno: 2009

Nazione: Svezia

Fonte: <http://lovelypackage.com/arla-milk-wwf-earth-hour/>

DESCRIZIONE

“Swedish advertising agency Milk has turned the classic white Arla milk carton black.

It is a campaign for WWF’s Earth Hour. A worldwide event encouraging people to raise environmental awareness by turning off the lights for one hour.”



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per il latte fresco
- Prodotto singolo, edizione limitata

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore Brick
- Poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore
- Forma

LINGUAGGI

- Giocosco
- Mass Market
- Contemporaneo



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

- Comunicazione extra prodotto
- Campagna sociale WWF di riduzione dei consumi



Au Lait Milk Bottles

CREDITI

Design: Warissara Muangsaen

Anno: 2010

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.lushlee.com/2010/08/au-lait-milk-bottles/>

DESCRIZIONE

"Flavoured milk 'Au Lait' is an exploration that resembles the old aesthetic of traditional milk carrier, while adding the simplistic modern form with an illustration on the bottle to go with today's market."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in vetro
- Tappo a vite in metallo
- Fardello da 4 confezioni per il trasporto

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Texture e disegni
- Forma

LINGUAGGI

- Naturale
- Minimal
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Lettering verniciato
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Cafe Au Lait

CREDITI

Design: Glico Dairy

Anno: 2010

Nazione: Giappone

Fonte: <http://www.cnngo.com/tokyo/drink/snack-nation-glico-banana-au-lait-185474>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Lattina in poliaccoppiato e alluminio
- Linguetta pull-tab
- Cannuccia

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore
- Tipografia
- Illustrazione

LINGUAGGI

- Mass Market
- Pop
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



BARA - Goat Dairy

CREDITI

Design: Dov Kroll

Anno: 2012

Nazione: Israele

Fonte: <http://www.krolldesign.co.il/works.asp?catid=1&subcatid=35>

DESCRIZIONE

"A small family dairy located in northern Israel, Bara's free range goats roam in their natural habitat, producing milk of the highest quality and flavor. Combined with a fresh, minimalist look in clean, milky tones, the design concept communicates quality, sustainability, and wholesome tradition."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte di capra
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Texture e disegni
- Tipografia
- Colore



LINGUAGGI

- Minimal
- Eco-friendly
- Storico, tradizionale



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Etichetta su carta opaca

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Bill's Milkshakes

CREDITI

Design: I Love Dust

Anno: 2010

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.ilovedust.com/project/view/Bills/product>

DESCRIZIONE

"Some prototype packaging for Bill's Milkshakes. We took the the chocolate, strawberry and Vanilla and gave the a huge overhaul."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per milkshake
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliacoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore
- Texture e disegni



LINGUAGGI

- Pop
- Trasgressivo
- Giocoso



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

NEW MEDIUM

Black Milk

CREDITI

Design: Diane Ansault

Anno: 2011

Nazione: Francia

Fonte: <http://dianeansault.wordpress.com/2012/01/29/black-milk-packaging/>

DESCRIZIONE

“Packaging pour une nouvelle boisson distribuée par Perrier et destinée à des ados : du lait au réglisse”



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte alla liquirizia
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Cheer-Pack in plastica
- Cannuccia con tappo a vite

SOSTENIBILITÀ

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Personaggio illustrato
- Colore
- Tipografia



LINGUAGGI

- Giocoso
- Minimal
- Trasgressivo



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM

Bon Vivant Milk

CREDITI

Design: Alvaro Rubio

Anno: 2009

Nazione: Spagna

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/aticoprimer-3732896399/in/set-72157621551106081/>

DESCRIZIONE

"*Bon vivant* means a person who enjoys the good things in life, especially good food and drink."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro, capacità 1 litro
- Tappo a vite di metallo
- Fustella in cartone: 4 bottiglie

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore
- Tipografia



LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Minimal
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia della bottiglia
- Textura ruvida della fustella

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Borden Milk

CREDITI

Design: Thuy H. Vo

Anno:

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://thuyvo.com/milk.html>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Tetra Prisma in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore
- Forma
- Tipografia

LINGUAGGI

- Pop
- Contemporaneo
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Collo

ACCESSIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Brooklyn Milk

CREDITI

Design: Anton Repponen

Anno: 2010

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://work.repponen.com/Brooklyn-Milk>

DESCRIZIONE

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in vetro
- Tappo di sigillo in metallo

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Personaggio illustrato

LINGUAGGI

- Giocosco
- Pop
- Minimal
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Lettering verniciato
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Calpis

CREDITI

Design: Taku Satoh Design Office

Anno: 2009

Nazione: Giappone

Fonte: <http://www.tsdo.jp>

DESCRIZIONE

“The original pattern was white dots on blue background. It was changed to blue dots in white background later.

The pattern is praised as an excellent design that can communicate the refreshing image of CALPIS and retain a sense of freshness after all those years and loved by many customers.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fermentato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in plastica
- Sovracopertura in carta

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Texture e disegni
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Classico
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie irregolare

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Centrale del Latte di Brescia

CREDITI

Design: Centrale del Latte di Brescia

Anno: 2011

Nazione: Italia

Fonte: <http://www.centralelatte-brescia.it/>

DESCRIZIONE

“La Centrale del Latte di Brescia rinnova le proprie bottiglie di latte U.H.T. con l'indicazione della data di scadenza in codice Braille.

Il *Kit Braille* rende disponibili informazioni su tutte le bottiglie, anticipando un traguardo di civiltà volto a rimuovere una tra le tante barriere della vita quotidiana di alcuni nostri consumatori.”



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Restyling packaging per latte U.H.T.
- Gamma di prodotti, confezione da 1 litro

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in PET
- Tappo a vite richiudibile

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Sistema cromatico
- Fotografia descrittiva

LINGUAGGI

- Mass Market
- Contemporaneo



SENSORIALITÀ

- Packaging tattile
- Data di scadenza scritta in Braille

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM



Cravendale Milk

CREDITI

Design: Sanna Annukka

Anno: 2008

Nazione: Finlandia

Fonte: <http://www.sanna-annukka.com>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore
- Sistema cromatico

LINGUAGGI

- Eco-friendly
- Giocoso
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

NEW MEDIUM



Dairy Refresh

CREDITI

Design: Julius Tigno

Anno: 2010

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://greenbottleuk.blogspot.it>

DESCRIZIONE

“One thing I considered when redesigning these cartons was how to make it easier for shoppers to spot Dairyland's flavors, which are non-fat, one percent, two percent, homogenized, chocolate, and butter-milk.”



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Sistema cromatico
- Illustrazione
- Forma

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

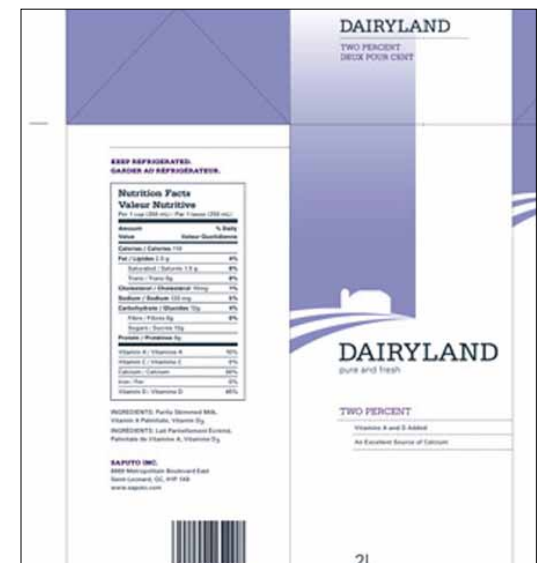
TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per tipologie di latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica
- Maniglia nelle confezioni da 2 Litri

SOSTENIBILITÀ



DaylesFord Organic

CREDITI

Design: DaylesFord

Anno: 2012

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.daylesfordorganic.com/>

DESCRIZIONE

“Daylesford Organic has come to an idea of creating this cool elegant in design organic biodegradable bag as containers on their pasteurized and unhomogenized organic milk.

Since it is biodegradable, it will help eliminate the overflowing landfills of plastics we currently have. Daylesford Organic milk in biodegradable container is not only good for our health but also for our earth.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti, 500 ml e 1 litro di capacità

MATERIALI E STRUTTURA

- Busta in poliaccoppiato
- Struttura di calcio e legante plastico
- Prodotto dagli scarti della canna da zucchero

SOSTENIBILITÀ

- Packaging biodegradabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Decommotising Milk

CREDITI

Design: Packlab Partners

Anno: 2010

Nazione: Emirati Arabi Uniti

Fonte: http://www.packdesign.com/case_alrawabi.html

DESCRIZIONE

“Al Rawabi’s ambition was to introduce an innovative milk bottle range to the competitive middle east markets. Qualitative differentiation was the objective, which was created by designing a structural packaging experience with the view that the structure will become an iconic piece of packaging.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Restyling packaging perlatte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore con manico in plastica
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore



LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Pop
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie smussata

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Design d'informazione

CREDITI

Design: Audrée Lapierre

Anno: 2010

Nazione: Francia

Fonte: <http://packaginguqam.blogspot.it/2010/05/design-dinformation-audree-lapierre.html>

DESCRIZIONE

“Our concept was to design a packaging using nutritional facts about the food product. For the milk carton, we used the four sides to inform about the caloric ratio, nutrice balance completeness, ingredients and amount per serving. Nutritional information becomes the main goal of the packaging, while still carrying a powerful branding by combining an expressive form with useful information.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- High-tech
- Minimal

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Designer Milk Packaging

CREDITI

Design: Darren Custance

Anno: 2010

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Designer-Milk-Packaging/595425>

DESCRIZIONE

“To use a minimalist approach in advertising milk. The idea was to keep the packaging uncluttered and make a bold statement as to what the product was. The different types of milk were in different colours to make them easily distinguishable.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Cartone esterno con maniglia per il trasporto
- All'interno 2 bottiglie di latte

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Tipografia
- Forma



LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Ecolean Packaging

CREDITI

Design: Ecolean AB

Anno: 2012

Nazione: Svezia

Fonte: <http://www.ecolean.com>

DESCRIZIONE

“Ecolean is a new packaging alternative dubbed as “A Lighter Approach to Packaging”. By using a minimal amount of raw material we create a lightweight package which combines low environmental impact with consumer convenience. The unique, pitcher-looking design has a generous face for consumer communication.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore con manico
- Poliaccoppiato di calcio e legante

SOSTENIBILITÀ

- Materiale biodegradabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Fotografia descrittiva



LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Minimal

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESSIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Falköpings Mejeri mellanmjolk

CREDITI

Design: Jesper Tullback
Anno: 2008
Nazione: Svezia
Fonte: <http://tullback.se>

DESCRIZIONE

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Texture e disegni
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Classico
- Mass Market
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Feez

CREDITI

Design: HvingtQuatre H24

Anno: 2009

Nazione: Francia

Fonte: <http://www.hvingtquatre.fr/>

DESCRIZIONE

"A range of milk-based drinks with a take-away size, 4 flavours available: Strawberry, Blackberry, Blueberry and Raspberry.

The milk adorns the packaging, the tasty fruit is brought out on the milk and on the opening that enables the drinking."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per bevande a base di latte
- Gamma di prodotti: 4 gusti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore con manico
- Struttura in poliaccoppiato
- Insolita associazione strutturale

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Fotografia descrittiva
- Tipografia

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale
- High-tech

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Flavoured Milk

CREDITI

Design: Michela Monterosso

Anno: 2011

Nazione: Giappone

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Flavoured-Milk/1139339>

DESCRIZIONE

"I created a series of flavoured milk with Japanese names. I imagined these bottles and cartons being sold in a cute and artisan shop in Tokyo, along with biscuits and teas."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Forma
- Texture e disegni

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale

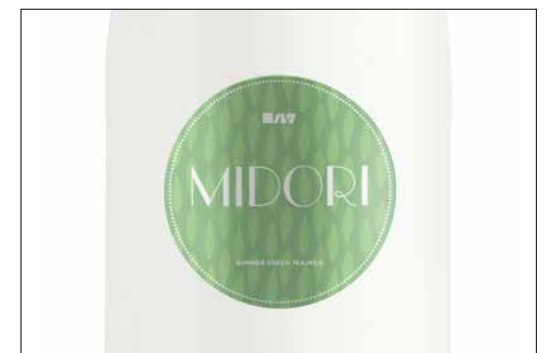
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Forest Milk

CREDITI

Design: Hinomoto Design

Anno: 2010

Nazione: Giappone

Fonte: <http://www.hinomoto-d.com/>

DESCRIZIONE

“The cows which produce this milk are free to roam an unused forest all year round. The milk is supposed to taste better, the theory being that happy cows produce better milk.

We like the way the tree graphic reflects the typography as well as the simple yet charming addition of tissue paper covering the bottle cap.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte organico
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in vetro
- Cappuccio in carta

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Pittogrammi
- Colore

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Copritappo sfrangiato

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Golan Heights Dairy

CREDITI

Design: Dan Alexander & Co.

Anno: 2012

Nazione: Israele

Fonte: <http://www.daitd.com/index.php?id=151>

DESCRIZIONE

"Rebranding the Golan Heights Dairies, leading a strategic move toward changing consumer perception of the Israeli milk market. The process included formulating a brand strategy, developing an image and a new visual language, designing a product line with new packaging, as well as giving support to marketing, sales promotion and public relations."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Restyling packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Tetra Prisma in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Fotografia evocativa
- Colore
- Tipografia
- Pittogrammi

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Mass Market
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Pack multifaccettato

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Goldtop Porcelain Milk Bottle

CREDITI

Design: Shan Annabelle Valla

Anno: 2008

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.shanvalla.co.uk/shop/goldtop-porcelain-milk-bottle/>

DESCRIZIONE

“Hand cast, porcelain milk bottle with gold stopper. Glazed on the inside for easy cleaning after use. Made from an original English vintage glass milk bottle.”



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in ceramica
- Tappo in oro

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia

LINGUAGGI

- Classico
- Minimal
- Storico, tradizionale

SENSORIALITÀ

- Lettering in rilievo
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

NEW MEDIUM



Good Day Milk Packaging

CREDITI

Design: N/A Design

Anno: 2012

Nazione: Hong Kong

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/GOOD-DAY-MILK-PACKAGING/3303672>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo di sughero

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Pop
- Giocoso
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Lettering e elementi grafici verniciati

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Good Milk

CREDITI

Design: Arthur Schreiber

Anno: 2010

Nazione: Russia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/GOOD-MILK/2590657>

DESCRIZIONE

“Going along with the modern tendency to popularize healthy lifestyles and recognizing the importance of environmental protection, we suggest that milk, serving all peoples well since times immemorial, should be super-popularly served in aluminum cans. The soft pastel colors are either lighter or darker depending on fat content and may differ according to varying tastes.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatico
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Lattina in alluminio da 500 ml
- Linguetta stay-on-Top (SOT)

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Minimal
- Pop
- Trasgressivo

SENSORIALITÀ

- Superficie in rilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Gotta-Moo Package

CREDITI

Design: Narani Kannan

Anno: 2009

Nazione: Canada

Fonte: <http://www.naranikannan.com/Gotta-Moo-Package>

DESCRIZIONE

"Gotta Moo's package focuses on the most eco-friendly method for milk packaging. This greener milk packaging solution will be made out of Sugarcane Bagasse molded pulp paper, coated inside with sugarcane lignin and printed with vegetable based inks, all based on food safe materials.

This new molded pulp milk packaging solution could be an eco-friendly vision of the future."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore in bio-plastica

SOSTENIBILITÀ

- Packaging biodegradabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Texture e disegni
- Sistema cromatico

LINGUAGGI

- Pop
- Naturale
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Impugnatura in bassorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto
- Informazione sul packaging

NEW MEDIUM



Green Bottle

CREDITI

Design: Green Bottle

Anno: 2011

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://greenbottleuk.blogspot.it>

DESCRIZIONE

"The bottle is a double folded tray made from cardboard pulp. The outer shell is made from recycled paper (90.7%) which can be recycled again, or if left it will just decompose within a matter of weeks. The plastic inner liner, which takes up less than 0.5% of the space of a plastic dumped, prevents liquid from contaminating the paper case. The bag can be made from Low Density Polypropylene or a Corn Starch alternative."



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Unione tra contenitore con manico e bag-in-box
- Cartone riciclato per l'involucro esterno
- Busta in plastica per l'involucro interno

SOSTENIBILITÀ

- Packaging biodegradabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Eco-friendly
- Giocoso
- Contemporaneo

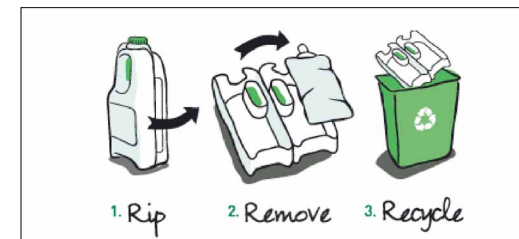
SENSORIALITÀ

- Superficie ruvida

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul packaging

NEW MEDIUM



Gyíktej (Lizard milk)

CREDITI

Design: Dora Novotny

Anno: 2011

Nazione: Ungheria

Fonte: [http://www.behance.net/gallery/Gyiktej-\(Lizard-milk\)-2011/1442759](http://www.behance.net/gallery/Gyiktej-(Lizard-milk)-2011/1442759)

DESCRIZIONE

"I worked on a concept brand name: Gyíktej ("Lizard milk" in Hungarian) and I had to create a corporate identity and a package design for it.

I imagined a magic elixir, a medical serum from the lizard's special ability, growing back its tail.

I wanted an old style package design, with the typical brown bottle for medicines. The purpose of the product is to grow back injured arms and legs."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept per medicinale (latte di lucertola)
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Boccetta in plastica PET
- Tappo a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Storico, tradizionale
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Hokkaido Non Sterilized Milk

CREDITI

Design: Masanori Eto

Anno: 2012

Nazione: Giappone

Fonte: <http://www.packagingoftheworld.com/2012/04/hokkaido-non-sterilized-milk.html>

DESCRIZIONE

"The non sterilized milk is cow's mother's milk as it is. I was systematized and found of the key word that were associated from a milk and non sterilized milk, to look for the metaphor.

The whole image of the design appeared as if the flashback when I met the words *school-lunch* and *teaching material for infants*."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Brick in poliaccoppiato
- Linguetta pull-tab

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Illustrazione
- Struttura modulare
- Tipografia

LINGUAGGI

- Giocoso
- Pop
- Naturale

SENSORIALITÀ

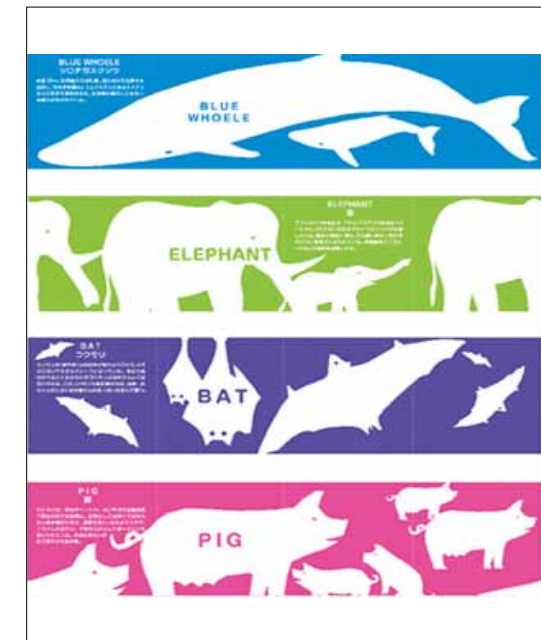
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

- Comunicazione divulgativa per i bambini



Hood's Cultured Cow

CREDITI

Design: Katrinna Whiting

Anno: 2012

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.katrinnawhiting.com/Hood-s-Cultured-Cow>

DESCRIZIONE

"This the packaging design for a subcompany for Hood. The Cultured Cow is meant to market to health conscious mothers with a flair for design; mom's with good taste. The Cultured Cow has an in school delivery service, the Cultured Calf, which guarantees children will get healthy, organic, and nutritious food delivered right to their school yard."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Sistema cromatico
- Texture e disegni
- Forma

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Eco-friendly
- Mass Market

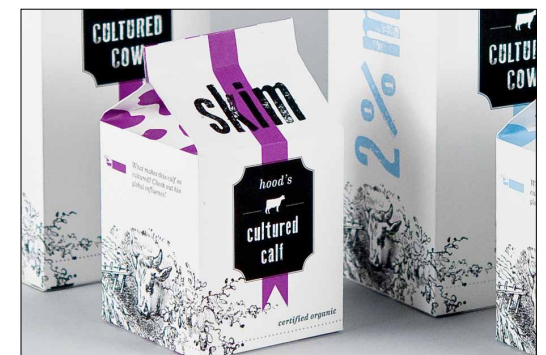
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Il Nostro

CREDITI

Design: Blur

Anno: 2012

Nazione: Italia

Fonte: <http://www.blurdesign.net/news-ed-eventi/branding-centrale-del-latte/>

DESCRIZIONE

“I valori sui quali il brand Centrale del latte si è affermato e si è consolidato nell’immaginario dei consumatori, si fonda su un posizionamento strategico segnalato dal payoff: “il Nostro”, che rappresenta il più esplicito richiamo al valore espresso da quella che viene chiamata la “filiera corta” o, se si preferisce, del Kilometro Zero.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Aggiornamento packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Sistema cromatico
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Mass Market
- Contemporaneo
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Jalea Vital

CREDITI

Design: Central Lechera Asturiana (CAPSA)

Anno: 2011

Nazione: Spagna

Fonte: <http://www.clubcentrallecheraasturiana.es/>

DESCRIZIONE

“Jalea Vital, la nueva leche enriquecida de Central Lechera Asturiana, ha quedado finalista en los IDF Dairy Innovation Awards en la categoría de nueva y mejor bebida láctea, según ha informado la empresa asturiana de productos lácteos.

Jalea Vital, producto finalista en la categoría de mejor bebida láctea, es la primera y única leche enriquecida que refuerza el sistema inmunitario.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte arricchito
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Tetra Evero Aseptic in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

- Facile divisione dei materiali per riciclaggio



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Fotografia descrittiva
- Fotografia evocativa
- Colore



LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Mass market
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Jásztej

CREDITI

Design: Fontos Graphic Design

Anno: 2010

Nazione: Ungheria

Fonte: <http://www.fgs.hu>

DESCRIZIONE

“Clean and simple typographic solution for this Hungarian dairy brand’s visual identity.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliacoppiato con tappo in plastica
- Bottiglia di vetro con tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Sistema cromatico
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Minimal
- Contemporaneo
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Jupiter Farm Robot Milk

CREDITI

Design: Jupiter Farm Robot Milk

Anno: 2008

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/inevergot-thememo/2669859823/>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo, edizione limitata

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottigli di vetro
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Illustrazione
- Colore
- Forma

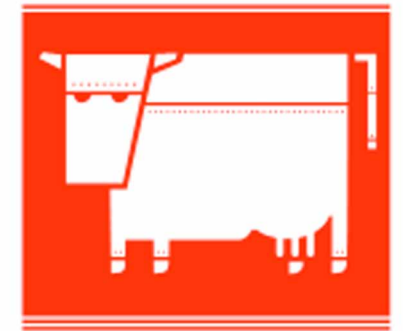
Jupiter Farms
Robot Milk

LINGUAGGI

- Ironico
- High-tech
- Classico

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Stampa verniciata



ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

100% NON-ORGANIC
"FRESH... AND WHOLESOME"
QUALITY SINCE 2830



Kido Milk

CREDITI

Design: Esra Oguz

Anno: 2011

Nazione: Turchia

Fonte: <http://www.thedieline.com/blog/2011/5/11/student-spotlight-kido-milk.html>

DESCRIZIONE

“Esra Oguz developed these adorable cartons to contain the Pinar creamy white beverage.

Where this aesthetic succeeds is in the way that it takes on the form of a tooth, referencing the oral benefits of calcium consumption from milk.

Secondly, the cardboard feet of the packaging give the containers an anthropomorphic form that's completed with a wide illustrated smile.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Cartone in poliaccoppiato
- Forma antropomorfa
- Insolita associazione strutturale

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore
- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- Pop
- Giocoso
- Ironico

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Klöver Mellanmjölk

CREDITI

Design: Arla

Anno: 2012

Nazione: Svezia

Fonte: <https://www.handla24.se/orebro/pc-11846-376-mellanmjlk-15-l.aspx?rtl=%3Fcatid%3D376>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti (3% - 1,5% di grassi)

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

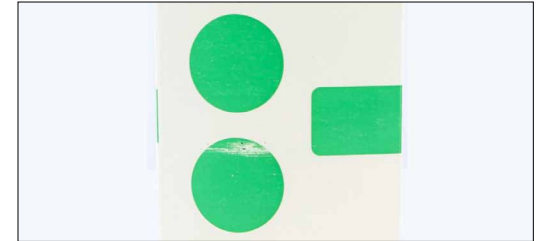
SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Sistema cromatico
- Illustrazione
- Tipografia
- Forma



LINGUAGGI

- Mass Market
- Contemporaneo
- Ironico

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM



Lait Bio

CREDITI

Design: Le Piment Graphique

Anno: 2010

Nazione: Francia

Fonte: <http://www.lepimentgraphique.fr/article/1/portfolio/190/lait-bio>

DESCRIZIONE

“Création d'une identité visuelle, destinée à la promotion et la commercialisation du lait cru produit par la Ferme BIO de Kerneveno.

Pour ce packaging, nous sommes intervenus sur l'ensemble des éléments qui le composent :

- Création du logo
- Création des illustrations
- Suivi de fabrication“

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte crudo biologico
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Tipografia



LINGUAGGI

- Eco-friendly
- Naturale
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Serigrafia superficiale
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM

Lancaster Dairy

CREDITI

Design: Danielle Hop

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Milk-Packaging/2603395>

DESCRIZIONE

"Objective was to come up with a dairy company name, logo, and packaging. I decided to use a modern milk company that promoted recycling by using glass milk bottles.

I also wanted to incorporate vintage colors and feel in the design. Shown below is one bottle from each kind of milk and also a mini bottle of half and half."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in plastica
- Sigillo in cartone

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

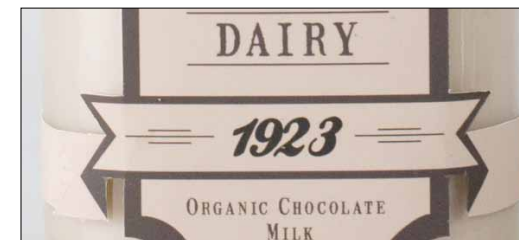
ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Forma
- Colore
- Illustrazione



LINGUAGGI

- Storico, tradizionale
- Naturale



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto



NEW MEDIUM

Lapte de Monor

CREDITI

Design: Vitrina

Anno: 2012

Nazione: Romania

Fonte: <http://www.vitrina.ro/blog/2010/01/12/ambalaje-noi-care-mug/>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Fotografia evocativa
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale
- Ironico
- Mass Market

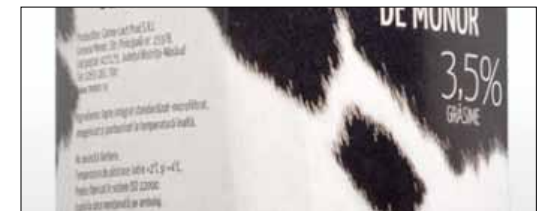
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



LATI, Latteria del Ticino

CREDITI

Design: Ander Group

Anno: 2011

Nazione: Svizzera

Fonte: <http://work.ander-group.com/1787/312773/work/lati-sa-latteria-del-ticino>

DESCRIZIONE

“Generally speaking the packaging is tasteful and artisanal, projecting an image of full, fresh and local products.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Colore
- Forma

LINGUAGGI

- Mass Market
- Naturale
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Lattina

CREDITI

Design: Dallafina, Faggiano, Migneco, Greco, Ottavian

Anno: 2010

Nazione: Italia

Fonte: http://www.packagingdesignarchive.org/archive/pack_details/1961-lattina

DESCRIZIONE

“Lattina” is a packaging concept that reinterprets the traditional anonymous milk container so that it can convey a message too often forgotten: milk is a biological and natural product.

The can is wrapped by a paper strip containing some brief information (such as where the milk has been produced or why it is important to drink biological milk).”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco biologico
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Lattina in metallo
- Sovraimballaggio in cartone
- Insolita associazione strutturale

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Naturale
- Eco-friendly
- Classico
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Losevo

CREDITI

Design: Nimax Digital Agency

Anno: 2012

Nazione: Russia

Fonte: <http://nimaxagency.com>

DESCRIZIONE

“Our pack design follows the initial slogan: ‘Truemilk can only be in bottle!’

A bottle form associated with widely known milk bottle from our Soviet past has been chosen as the standard, which is a beautiful minimalist box that should awake and tender memories of the older generation and arouse interest of the young.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per il latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Fotografia descrittiva
- Sistema cromatico
- Tipografia



LINGUAGGI

- Minimal
- Classico
- Naturale
- Mass Market



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Lucly Layla Farms

CREDITI

Design: Jay Ressler

Anno: 2012

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.jayresslerdesign.com/portfolio/lucky-layla-farms/>

DESCRIZIONE

"Lucky Layla Farms is a small town dairy farm in Plano, Texas. Since January of 1968, they have been producing quality "blue ribbon" products such as signature compound butters, and simply delicious unprocessed milk.

Providing a sense of Texas charm, the packaging portrays a dairy farm that focuses on quality products with an award winning attitude."

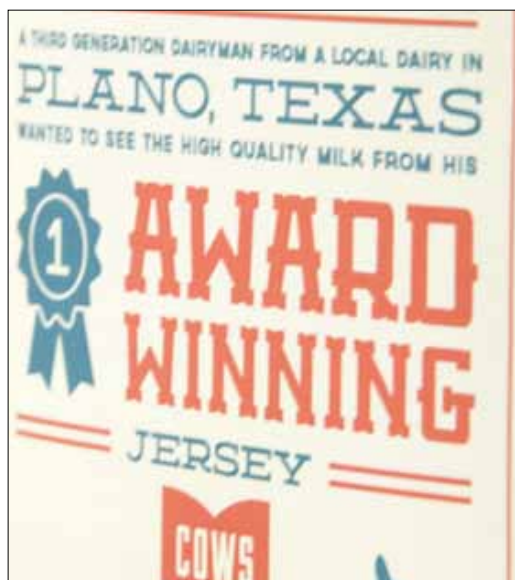
TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in cartone

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Colore
- Forma

LINGUAGGI

- Storico, tradizionale
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Melkebart!

CREDITI

Design: Kine Marie Kapaasen Madsen

Anno: 2011

Nazione: Australia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Milk-packaging/1447545>

DESCRIZIONE

“Café based milk packaging design directed towards students. The design consists of traditional illustrations along with modern typography. I believe the design represents its company well and reaches the correct demographic.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Sigillo di carta chiuso con spago

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato
- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Illustrazione
- Forma

LINGUAGGI

- Classico
- Eco-friendly
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Meuuh Lait

CREDITI

Design: Atelier Pierre+Jean

Anno: 1/1/2011

Nazione: Francia

Fonte: <http://www.packagingoftheworld.com/2011/02/meuuh-lait.html>

DESCRIZIONE

“Meuuh is a new brand of organic flavoured milk, developed for a dairy producer in Normandy. The brand is to be launched with two classic flavours – Honey and strawberry as well as as unflavoured milk. The name ‘Meuuh’ (the French spelling of the ‘moo’ sound a cow makes) reinforces the fun and playful spirit of the product.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Brick in poliaccoppiato
- Sistema di chiusura a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- Giocoso
- Eco-friendly
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Mila

CREDITI

Design: Robilant

Anno: 2012

Nazione: Italia

Fonte: <http://www.robilant.it/it/clienti/cliente/?idCliente=164>

DESCRIZIONE

“Mila è stata trasformata in leader attraverso la definizione di una nuova grammatica di marca. L'inedito linguaggio espressivo crea uno storytelling assolutamente unico, che rende la proposta Mila immediatamente riconoscibili.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Aggiornamento packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in PET
- Tappo in plastica, chiusura a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Sistema cromatico
- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- Mass Market
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM

OGNI GIORNO RACCOGLIAMO
IL LATTE DELLE NOSTRE
MUCCHE, ALLEVATE
CON CURA NEI MASI
DI MONTAGNA.

QUESTA
È UNA STORIA
VERA.



Milk

CREDITI

Design: John Do

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.coroflot.com/dozigner/Packaging>

DESCRIZIONE

"The concept behind this design stems from my mother who has trouble opening traditional gallon milk containers. Sometimes it is difficult for her to get a grip around the cap of the containers, so I developed a push-down type lid that would ease the problems for individuals with arthritic fingers or a hard time opening similar type caps."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore in plastica
- Tappo flip top

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Tipografia

LINGUAGGI

- High-tech
- Trasgressivo
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Impugnatura in bassorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk aka. Milch Lait Latte

CREDITI

Design: Florian Brunner

Anno: 2009

Nazione: Svizzera

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/milk-aka-milch-lait-latte/312702>

DESCRIZIONE

"Student work about Swiss Alps Milk. Process, sketches and the final version of the packaging."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in vetro
- Tappo a vite in metallo
- Capacità 1 litro

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Sistema cromatico
- Forma
- Tipografia

LINGUAGGI

- Eco-friendly
- Mass Market
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Serigrafia superficiale
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk Carton

CREDITI

Design: Raw Edges

Anno: 2004

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.raw-edges.com/projects/concepts>

DESCRIZIONE

"These three different milk cartons distinguish between the rates of fat in the milk by using form rather than colour. The form of the milk cartons reflects in a way on the milk's texture and smoothness. The two back folds are used as the carton's handle, while the two in the front function as the spout. British Council Talented Award 2006."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore in cartone
- Linguetta di apertura
- Forma unica per ogni tipologia di prodotto

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Tipografia



LINGUAGGI

- Minimal
- Eco-friendly
- High-tech

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Impugnatura in bassorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto



NEW MEDIUM

Milk Coctail By Joe

CREDITI

Design: Hattomonkey

Anno: 2009

Nazione: Russia

Fonte: <http://hattomonkey.ru/by-Joe>

DESCRIZIONE

“Hattomonkey has created a packaging design of milk cocktail “From Joe”.

It looks like well-known hero. It is easy to create Batman's ears. Hattomonkey designers has created a brand new package form. It looks familiar and well-known since childhood.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Brick in poliaccoppiato
- Capacità 300 ml

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Illustrazione
- Colore

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Pop
- Ironico

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk Collection

CREDITI

Design: Hattomonkey

Anno: 2011

Nazione: Russia

Fonte: <http://hattomonkey.ru/filter/package>

DESCRIZIONE

“Hattomonkey design studio has created a brand new dairy beverage product package concept. So the task which has been set before designers is to invent a package, which is to underline natural-ity, there by to get closer to the consumer of dairy products. The idea was born unexpectedly - to stylize package by a cross stitch.”

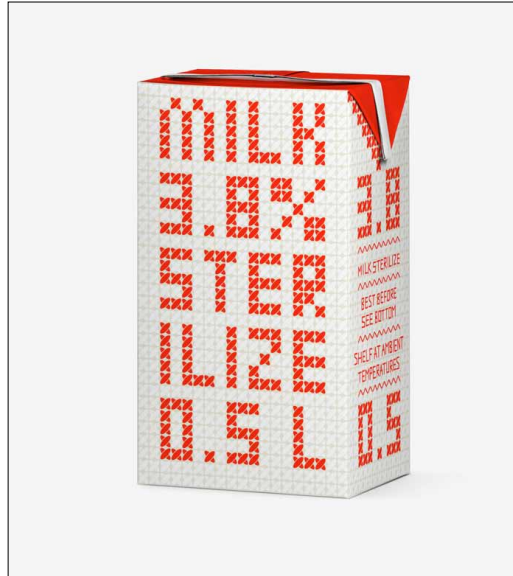
TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Brick in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Texture tipografica
- Colore
- Forma

LINGUAGGI

- Giocoso
- Pop
- Classico

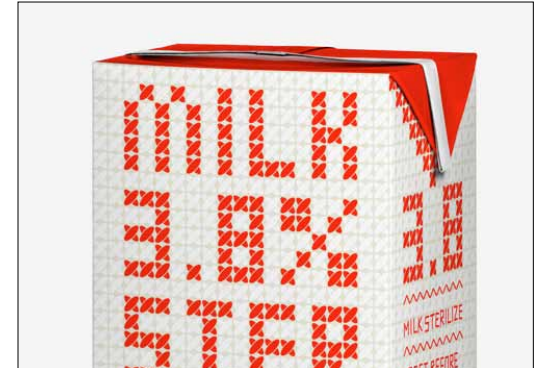
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk Concept

CREDITI

Design: David Fung

Anno: 2009

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.davidfungonline.com>

DESCRIZIONE

"This was a personal experiment in form, function, and fun. The goal of this redesign was to use a standard milk carton as the canvas to create a clean, modern, and functional design yet still approachable for the average consumer."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Illustrazione
- Forma

LINGUAGGI

- Naturale
- Minimal
- Contemporaneo
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk Packaging

CREDITI

Design: Anna Stout

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Milk-Packaging/2652205>

DESCRIZIONE

"This packaging was designed to establish a new look for milk that would stand out in the grocery store refrigerators, where the other cartons blend in."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk Packaging

CREDITI

Design: Andy Mandel

Anno: 2010

Nazione: Germania

Fonte: <http://www.andymandel.com/projects/milk-packaging/>

DESCRIZIONE

"In his concept the outer shell is made from paperboard folded around a, from thin PE-film, blow moulded plastic bottle. The shape of the bottles leaves some room to store them in a paperboard box with a carrier handle in the middle.

The construction of the boxes allow them to be stacked on a pallet."



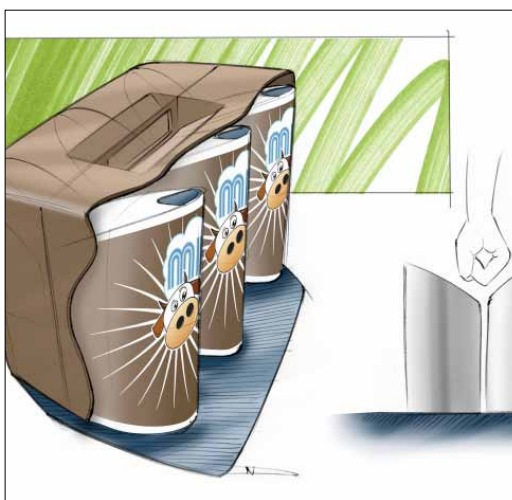
TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte UHT
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore in PET
- Tappo Flip-top in plastica
- Fardello di trasporto (6 confezioni)

SOSTENIBILITÀ



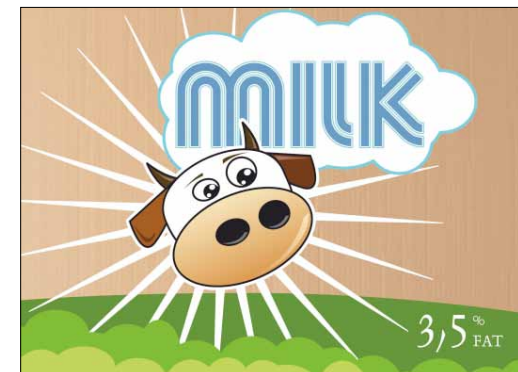
DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Personaggio illustrato

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- High-tech
- Mass Market



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Bassorilievo nell'area secondaria

ACCESSIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Milk Packaging Design

CREDITI

Design: Lucy Hawkins

Anno: 2010

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Milk-Packaging-Design/523645>

DESCRIZIONE

"A packaging project directed at a fictional brief to create suitable designs aimed at children to promote increased milk drinking through healthy flavoured milks, poster to promote was also designed too."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable top in poliacoppiato
- Capienza 1 pinta

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Naturale
- Eco-friendly
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



MILK,MAN

CREDITI

Design: Ben Stevens

Anno: 2011

Nazione: Australia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/MILKMAN-Packaging/1753600>

DESCRIZIONE

“The brief was to create a milk package that would appeal to the modern consumer, and to that end I created a smaller sized and more portable bottle. Inspiration was drawn from the age old milkman, who once stood for quality, convenience and above all for going that ‘extra mile’. The final product is a no-fuss, cheeky take on good ol’ fashioned milk.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in plastica da 250 ml
- Tappo a vite in plastica
- Fardello in cartone da quattro confezioni

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Impugnatura del tappo zigrinata

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



MilkIt

CREDITI

Design: KTSMN - The Brand Bureau

Anno: 2012

Nazione: Israele

Fonte: <http://www.ktsmn.com>

DESCRIZIONE

"MilkIt is a new company in the USA, it will provide a fresh cow milk. We wanted to make a package that is easy to use and reuse.

The design is inspired from an classic pitcher. We also made a window so you can see when the milk is about to end."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore con manico
- Tappo basculante

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Eco-friendly
- Pop
- Giocoso
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Textura porosa

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Milko

CREDITI

Design: United Power

Anno: 2009

Nazione: Svezia

Fonte: <http://www.unitedpower.se>

DESCRIZIONE

“Interesting work from Swedish studio United Power for Milko, one of Sweden’s largest dairy companies producing milk products.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Aggiornamento packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Texture
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Naturale
- Storico, tradizionale
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Milko

CREDITI

Design: Alfonso Sotelo Nava

Anno: 2011

Nazione: Messico

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Milko/2767671>

DESCRIZIONE

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Lattina di alluminio

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Minimal
- Contemporaneo
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul packaging
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM



Milky

CREDITI

Design: Matija Blagojevic

Anno: 2012

Nazione: Serbia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Milky/4220803>

DESCRIZIONE

“Project for my MA degree in graphic design.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in vetro
- Tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Sistema cromatico
- Illustrazione
- Forma

LINGUAGGI

- Pop
- Giocoso
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Serigrafia superficiale

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



MLK

CREDITI

Design: Depot WPF Branding Agency

Anno: 2010

Nazione: Russia

Fonte: <http://www.depotwpf.ru>

DESCRIZIONE

“The brand visual identity consists of black and white graphic patterns which were taken from the real environment of the small milk farm.

The patterns of the real farm were used in order to reflect the naturalness of the dairy production and the products.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Tetra Prisma in poliaccoppiato
- Tetra Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Fotografia evocativa
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Naturale
- Minimal
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Monor Chocolate & Vanilla Milk

CREDITI

Design: Camelia Imbuzan

Anno: 2011

Nazione: Romania

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Chocolate-and-Vanilla-Milk/1740872>

DESCRIZIONE

"The brief's goal was to relaunch two products from the company's portfolio, chocolate and vanilla milk, in a new packaging container: the PET bottle.

The innovation consisted in having the whole bottle *sleeved*, a detail that personalized the product in comparison to other packaging options and helped creating a unique look."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in PET
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Illustrazione
- Colore
- Forma



LINGUAGGI

- Naturale
- Contemporaneo
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto

NEW MEDIUM



Monster Milk

CREDITI

Design: Pavel Emelyanov

Anno: 2012

Nazione: Russia

Fonte: <http://identitydesigned.com/monster-milk/>

DESCRIZIONE

“This is a promotional identity and packaging project. The main idea was to create an original image among milk packaging design. To realise my idea I mixed the product with funny characters. Four main colours are used to indicate the milk fat content with four different monsters for each one.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



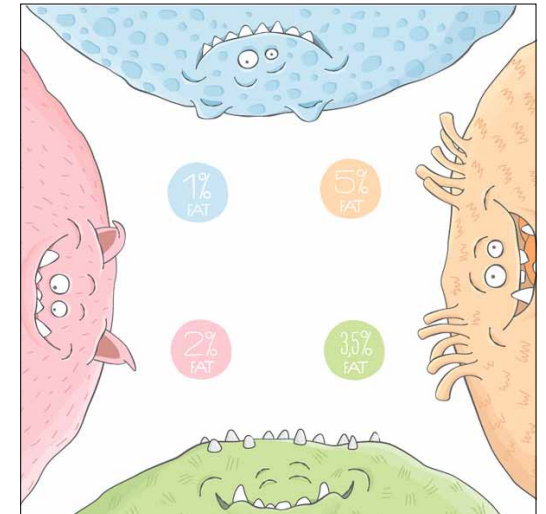
DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Personaggio illustrato
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Minimal
- Giocoso
- Naturale



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Mook

CREDITI

Design: Hello

Anno: 2012

Nazione: Inghilterra

Fonte: <http://lovelypackage.com/mook/>

DESCRIZIONE

"Mook is a powdered milk product used by caterers. We were briefed to produce a quirky, humorous brand to stand out from the crowd."

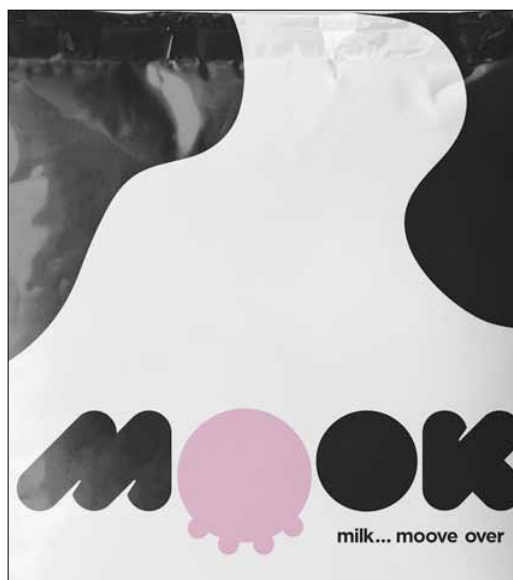
TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte in polvere
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Busta in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Colore
- Illustrazione
- Tipografia



LINGUAGGI

- Pop
- Giocoso
- Contemporaneo



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Morinaga Skim Milk

CREDITI

Design: Masanori Eto

Anno: 2012

Nazione: Giappone

Fonte: http://www.jpda.or.jp/myworks/east_p/eto/index.html

DESCRIZIONE

"We imagined, young healthy mothers use this Skim milk, and enjoy healthy cooking... Everyday & Every time, She would think for the health of her family. We designed this package by this concept "It is for Her". There is a large size HP address on the package, it would be teaching many recipes for "cooking by skim milk" to consumers."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Busta stand-up in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Colore
- Fotografia descrittiva

LINGUAGGI

- Mass Market
- Pop
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM



Mountain Milk

CREDITI

Design: Anders Drage

Anno: 2012

Nazione: Norvegia

Fonte: <http://mmminimal.com/mountain-milk-by-anders-drage/>

DESCRIZIONE

“So how would a exclusive milk from the mountains of Norway look like, if it was to be sold internationally? The solution gives you a warm and good vintage feeling, while maintaining the exclusive look. The typeface that “Mountain Milk” is set in reflects the roots of Norway, and the image that is revealed after you’ve had a glass gives you a picture of the nature in Norway.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in vetro
- Chiusura meccanica a leva, di plastica e metallo
- Fardello da 4 confezioni in cartone

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Colore
- Illustrazione

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Next Generation Milk

CREDITI

Design: Stacey Murphy

Anno: 2012

Nazione: Australia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Next-Generation-Milk-Packaging/3740059>

DESCRIZIONE

“Very sustainable milk packaging that is light weight, can be flattened completely easily after use and is made from a very environmental plastic known as calcium based plastic.

This packaging is about 75% more sustainable then current milk packaging.”



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Busta stand-up con in plastica
- Maniglia per il trasporto ed erogazione

SOSTENIBILITÀ

- Packaging biodegradabile

DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Texture topografica
- Colore

LINGUAGGI

- Pop
- Contemporaneo
- Mass Market



SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazioni sul contenuto
- Informazione sul packaging

NEW MEDIUM



Nubian Goat's Frutti Milk

CREDITI

Design: Cadence Lee

Anno: 2010

Nazione: Malesia

Fonte: <http://nubiangotatmilk.com>

DESCRIZIONE

"Introducing an exceptional range of delectable flavours like grape, green apple, orange and strawberry blended with the nutritious goodness of Nubian Goat's Milk with the fortification of natural Vitamin C."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte di capra aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Cheer-Pack in plastica
- Tappo a vite per l'erogazione

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Colore
- Illustrazione

LINGUAGGI

- Giocoso
- Pop
- Mass Market
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Nude Jr. Flavored Milk

CREDITI

Design: Andrianto Kwan

Anno: 2012

Nazione: Australia

Fonte: <http://hamblidesign.blogspot.it/2012/02/nude-jrflavored-milk.html>

DESCRIZIONE

"A simple yet quirky & humorous packaging concept for a flavoured milk bottle. Nothing Beats the freshness of sucking them right from the source!"

Nude Jr. is a fresh flavoured Milk product, designed with a little extra humour and quirkiness."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di plastica
- Tappo a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore
- Illustrazione

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Pop
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul packaging
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM



Only Milk

CREDITI

Design: Pau Puig Vázquez

Anno: 2004

Nazione: Spagna

Fonte: <http://www.paupuig.com/index.php?onlymilk/>

DESCRIZIONE

“In a market as saturated as the milk, comes Only-milk, a new brand with the intention communicate the purity of milk.

An all white package with only the necessary information highlighting the various types of milk.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco e aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Sistema cromatico
- Forma



LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto



NEW MEDIUM

Organic Farm

CREDITI

Design: Lindsay Perkins

Anno: 2009

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.packagingoftheworld.com/2009/11/organic-farm.html>

DESCRIZIONE

"The idea behind the design is to do sustainable, organic, label free packaging. Since all produce grown at organic farms is just a little bit different from each other, I decided to make everything about the packaging, just a little bit different from each other. The phrase "the grass is greener of our side" is the concept behind the designs."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per il latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo di plastica con chiusura a vite

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Texture tipografica
- Colore

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Lettering verniciato
- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Organic Valley Milk

CREDITI

Design: Lisa Ellerin

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://lisaellerin.prosite.com/70517/619491/gallery/organic-valley-milk>

DESCRIZIONE

"Concept designed in two days hours as part of the 2011 IOPP Repackaging challenge. Milk packaging for Organic Valley Milk."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco biologico
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Tetra Prisma in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Forma
- Colore

LINGUAGGI

- Naturale
- Contemporaneo
- Eco-friendly

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Textura porosa

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Organic Whole Milk

CREDITI

Design: Straus Family Creamery

Anno: 2012

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://strausfamilycreamery.com>

DESCRIZIONE

"Straus Family Creamery Organic Whole Milk is pasteurized at 171°F for 18 seconds. Unlike most milk, which is ultra-pasteurized (at or above 280°F for at least two seconds), we preserve the true flavor of our cows' diet.

Our Organic Whole Milk is the way it used to be, with the cream on the top."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte biologico
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore
- Tipografia

LINGUAGGI

- Classico
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Impugnatura in bassorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Rota Milk

CREDITI

Design: Hattomoney

Anno: 2009

Nazione: Russia

Fonte: <http://www.coroflot.com/hattomoney/Packages>

DESCRIZIONE

"Hattomoney has created the package of corporate present for 23 February. The present is enough for sub-unit 15-20 in number.

After usage of contents the package can be transformed in megaphone."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Packaging di promozione evento

MATERIALI E STRUTTURA

- Contenitore con manico in PET
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Colore
- Tipografia
- Pittogrammi

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Mass market
- Pop

SENSORIALITÀ

- Superficie in altorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sull'uso
- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

- Extra uso del packaging trasformato in megafono



Sainsbury's Contemporary Milk

CREDITI

Design: Tom Sutherland

Anno: 2011

Nazione: Inghilterra

Fonte: http://www.tomsuthdesign.co.uk/graphic_hand_picked.html#milk

DESCRIZIONE

"Some contemporary milk packaging designed for Sainsbury's as part of my university degree.

I wanted to keep it very typographical so I explore legibility with type. I realised that people tend to choose milk by what colour it is and what size it is rather than reading what it is.

So I had this knowledge in mind when experimenting how illegible I could push the type."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Texture e disegni
- Colore
- Tipografia
- Texture tipografica



LINGUAGGI

- Contemporaneo
- High-tech
- Pop

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

Shaken Udder Milkshake

CREDITI

Design: Shaken Udder
Anno: 2011
Nazione: Inghilterra
Fonte: <http://www.shakenudder.com>

DESCRIZIONE

“Founded by us, Jodie and Howie, Shaken Udder is the result of our dream to give wonderful British milk the credit it really deserves.
We firmly believe you get out what you put in, so our flavour-packed shakes use only the best-quality fresh British milk and the very finest natural ingredients. The result? A magnificent herd of delicious-tasting milkshakes!”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per Milkshake
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in PET
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Mass Market
- Pop
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Testo in altorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Shatto Milk

CREDITI

Design: Shatto Milk Company

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://greenbottleuk.blogspot.it>

DESCRIZIONE



TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco biologico
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Tipografia
- Forma
- Sistema cromatico

LINGUAGGI

- Minimal
- Classico
- Naturale
- Ironico

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Impugnatura in bassorilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Soy Mamelle

CREDITI

Design: Kian

Anno: 2010

Nazione: Russia

Fonte: http://www.kian.ru/projects/soy_mamelle/

DESCRIZIONE

“The developed concept of the package shape resembled an udder, which presents the first half of the message in that soy milk is identical to that of a cow. The second part of the message is delivered via the colour score and décor of the packaging, which concentrate on the phyto genesis of the product, creating an image of nature and health.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in plastica
- Tappo a vite con anello

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Texture e disegni
- Colore

LINGUAGGI

- Trasgressivo
- Pop
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Spotted Cow

CREDITI

Design: Motto Design

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://wearemotto.com/>

DESCRIZIONE

"The design inspiration came from a splash of milk in the shape of a cow, it yielded the ideal design solution. Through the use of various colors in the logo, on the cap and within the type, a clear distinction between each milk variety is made quickly, while evoking engagement with the consumer."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Sigillo di chiusura in alluminio

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forme astratte
- Tipografia
- Illustrazione

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Naturale
- Giocoso

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Lettering verniciato

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Stylish Milk bottle

CREDITI

Design: Neumeister

Anno: 2009

Nazione: Svezia

Fonte: <http://neumeister.se/case/arla-mjolk/>

DESCRIZIONE

“Arla, the largest producer of dairy products in Scandinavia, wanted milk to have a life outside the traditional stores. We developed a brand new bottle and packaging structure. Obviously a flirt with the traditional milkman and his bottle, but with an unquestionably modern touch. Innocent white being the main colour of attraction, making the individual green, blue etc, important tools of communication.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte da asporto
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in plastica da 30 cl
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Storico, tradizionale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia
- Tappo con superficie antiscivolo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto
- Ready to use

NEW MEDIUM



SummerCow Milk

CREDITI

Design: Bili Cardona

Anno: 2011

Nazione: Spagna

Fonte: <http://www.bilicardona.com/6986/178580/gallery/summercow-milk>

DESCRIZIONE

“Desarrollo personal de unos packs de leche de sabores, frescos y veraniegos, alejándola de la imagen convencional de este tipo de productos, aportando limpieza y claridad al producto.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato
- Tappo a vite in plastica

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Giocoso
- Mass Market

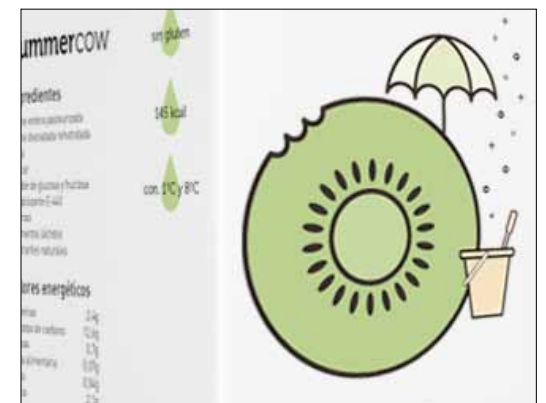
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Swiss Milk

CREDITI

Design: Arantxa Reus

Anno: 2009

Nazione: Spagna

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Swiss-Milk/352070>

DESCRIZIONE

“Packaging design based on the Swiss International Style. The design is contrary to existing designs for mass consumption.

The different types of milk are distinguished by the weight of the font. Thus, the whole is a bold, semi-skimmed is a regular and skimmed a light.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Sistema cromatico
- Colore
- Tipografia
- Forma



LINGUAGGI

- Minimal
- High-tech

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto



NEW MEDIUM

Teet Milk

CREDITI

Design: Ashley Linnenbank

Anno: 2009

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://ashleylinnenbank.com/14.html>

DESCRIZIONE

“Japanese toy-inspired, the Teet Milk is a really unique concept for milk packaging. Available in whole, skim and chocolate milk.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

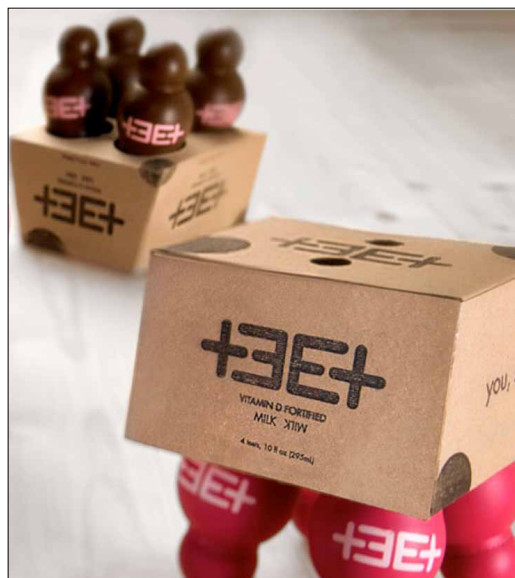
- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di plastica
- Fardello in cartone per 4 confezioni

SOSTENIBILITÀ

- Materiale riciclato



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore



LINGUAGGI

- Pop
- Trasgressivo
- Giocoso
- Ironico

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

RECYCLED IN 5 STEPS

STEP 1

STEP 2

STEP 3

STEP 4

STEP 5

RECYCLING

Tine Melk

CREDITI

Design: Dinamo Design AS

Anno: 2008

Nazione: Danimarca

Fonte: http://www.globalpackagegallery.com/main.php/key/Pentawards?g2_itemId=98422

DESCRIZIONE

“Il designer Rui Tenreiro nel 2006, ha sviluppato una serie di 20 illustrazioni per il packaging del latte norvegese TINE. Questa edizione speciale limitata è stata dedicata al centenario della morte del grande drammaturgo norvegese Henrik Ibsen.

Il packaging racconta le vicende legate alla produzione e distribuzione del latte, in una forma accessibile ai più giovani consumatori: il fumetto”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Gable Top in poliaccoppiato

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Sistema cromatico
- Tipografia
- Illustrazione
- Forma

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM

- Comunicazione extra-prodotto
- Rappresentazione grafica e testuale



True Milk

CREDITI

Design: Pavel Gubin

Anno: 2011

Nazione: Russia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/True-Milk/2559457>

DESCRIZIONE

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in plastica
- Tappo a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Colore

LINGUAGGI

- Minimal
- Pop
- Contemporaneo

SENSORIALITÀ

- Superficie in rilievo

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Vio

CREDITI

Design: Coca-Cola

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.slashfood.com/2009/07/28/vio-a-new-fizzy-milk-drink-from-coca-cola/>

DESCRIZIONE

"Coca-Cola is getting into the milk business. The soft-drink maker is currently test marketing a sweetened fizzy milk beverage called Vio. Made with sparkling water, a hint of skim milk and cane sugar, the 8-ounce beverages come in four fruit flavors: Citrus Burst, Peach Mango, Very Berry and Tropical Colada."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per bevanda a base di latte
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di metallo
- Tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Texture e disegni
- Forma

LINGUAGGI

- Contemporaneo
- Pop
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Whale Milk

CREDITI

Design: Alessio Sabbadini

Anno: 2012

Nazione: Italia

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Whale-Milk/3217633>

DESCRIZIONE

"A little wordplay in which "whole" becomes "whale".
Whale Milk, the best drink from the seven seas!"

TIPOLOGIA DI PROGETTO

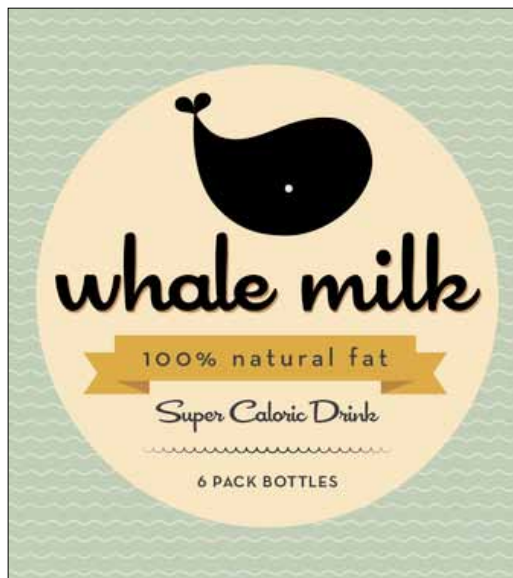
- Concept packaging per latte fresco
- Prodotto singolo

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia di vetro
- Tappo a vite in metallo

SOSTENIBILITÀ

- Packaging riutilizzabile



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- Minimal
- Ironico
- Storico, tradizionale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Woolworths Milk

CREDITI

Design: Ivana Raguz

Anno: 2010

Nazione: Sud Africa

Fonte: <http://ivanalilly.blogspot.it/2010/10/woolworths-2l-milk-packaging-2nd-place.html>

DESCRIZIONE

"The 2-liter milk laminated liquid bag is placed inside the carton and is used just as any conventional bag-in-box package.

This laminated liquid bag does not have to be a threat to the environment, just by thinking out of the box it can be used in many different ways in and around the home."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bag-in-Box in cartone
- Busta in plastica da 2 litri
- Dispenser e maniglia per il trasporto

SOSTENIBILITÀ

- Ottimizzazione logistica per il riciclaggio



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Forma
- Tipografia
- Illustrazione
- Colore

LINGUAGGI

- Minimal
- Naturale
- Eco-friendly

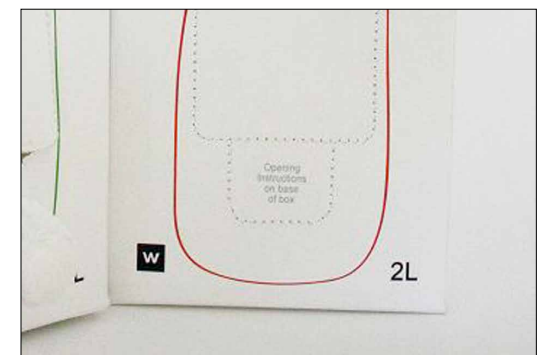
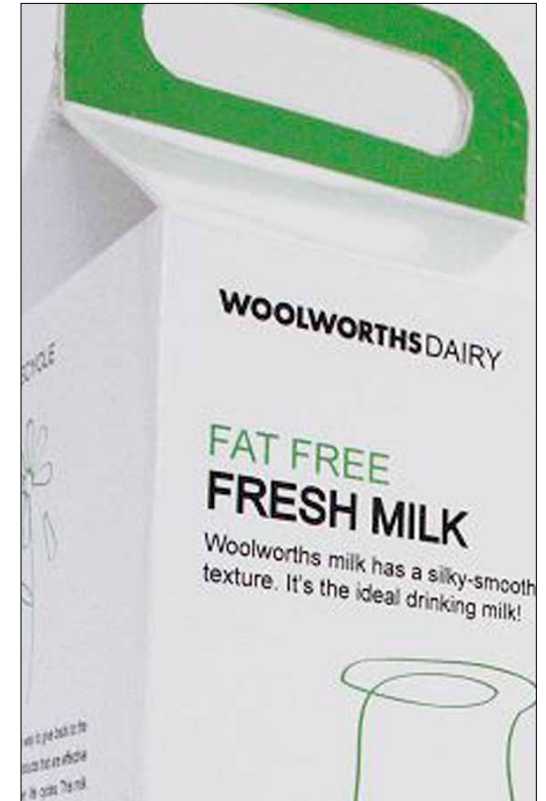
SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto
- Informazione sull'uso

NEW MEDIUM



Xcel Milk

CREDITI

Design: Anne Marie Mohan
Anno: 2012
Nazione: Inghilterra
Fonte: <http://www.xcelmilk.co.uk>

DESCRIZIONE

"Xcel Milk, a unique post-exercise recovery drink based on fresh milk that encourages consumers to "train smarter," has been released in the U.K. in a 500-mL bottle made from recycled PET. The packaging was created by Division Kavo of Greiner Packaging Intl. and is said to reflect the performance-enhancing properties of the contents."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per bevanda energetica al latte
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in PET riciclata
- Tappo di chiusura a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Sistema cromatico
- Tipografia
- Forma

LINGUAGGI

- High-tech
- Contemporaneo
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Yeo Valley Organic Milk

CREDITI

Design: Yeo Valley Organic Farm

Anno: 2012

Nazione: Inghilterra

Fonte: <https://www.yeovalley.co.uk/>

DESCRIZIONE

“Yeo Valley Organic milk comes from around 100 carefully selected organic farms. Each one is a member of OMSCO, a cooperative of organic dairy farmers who take great pride in the quality of milk produced and in the care of their dairy herds.”

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Nuovo packaging per latte fresco
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Bottiglia in PET
- Tappo a vite

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- Naturale
- Eco-friendly
- Mass Market

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



Ziba Milk

CREDITI

Design: Alicia Rosas

Anno: 2011

Nazione: Stati Uniti d'America

Fonte: <http://www.behance.net/gallery/Ziba-Milk/1190723>

DESCRIZIONE

"Ziba Milk caters toward younger children and their families to offer a fun and interactive packaging experience."

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- Concept packaging per latte aromatizzato
- Gamma di prodotti

MATERIALI E STRUTTURA

- Busta stand-up in plastica
- Cannuccia

SOSTENIBILITÀ



DIMENSIONE COMUNICATIVA

ELEMENTI COMUNICATIVI

- Colore
- Illustrazione
- Tipografia

LINGUAGGI

- Pop
- Giocoso
- Naturale

SENSORIALITÀ

- Superficie liscia

ACCESIBILITÀ E SERVIZIO

- Informazione sul contenuto

NEW MEDIUM



CAPITOLO 4.

Mappe di sintesi

4.1. LETTURA CRITICA DEI RISULTATI

Le informazioni contenute nelle schede di analisi sono state esaminate e confrontate. La creazione di mappe e le rappresentazioni grafiche dei risultati hanno quindi consentito di descrivere il contesto di studio. I cento packaging schedati sono stati prima ordinati in tabelle di sintesi, per permettere una visione d'insieme, sulla base delle stesse voci di classificazione descritte in precedenza.

In seguito, i risultati delle schede sono stati suddivisi nuovamente secondo le categorie di analisi: tipologia, materiali, strutture morfologiche, dispositivi di apertura/chiusura ed erogazione, uso del colore, sostenibilità ambientale e packaging come nuovo medium.

Questa catalogazione ha permesso di definire famiglie di prodotto e ha dato un'immediata rappresentazione visiva delle tendenze in atto.

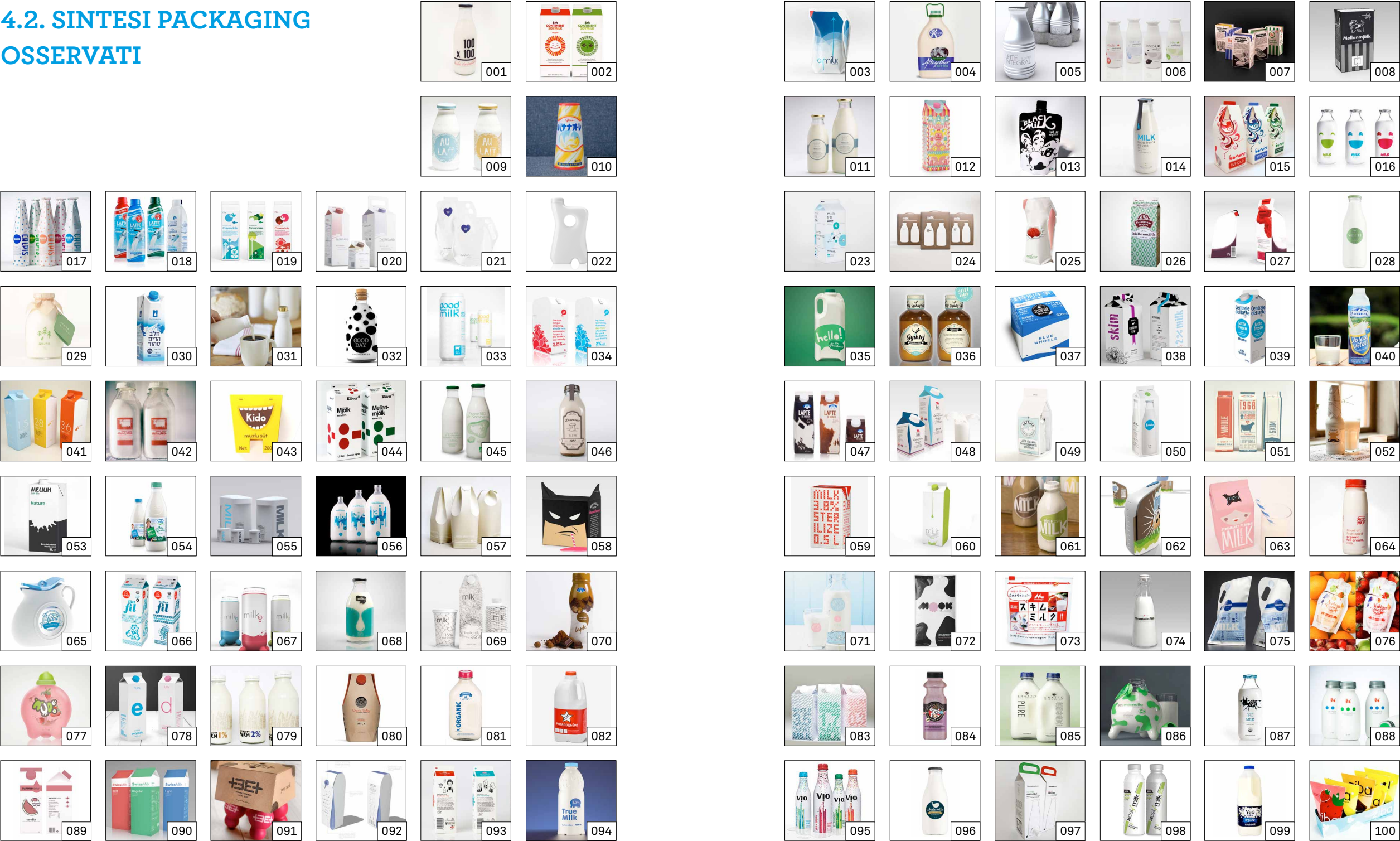
Tali rappresentazioni grafiche e schedature, oltre a evidenziare trend specifici, offrono una fotografia generale delle diverse scelte progettuali fatte dai designer durante il processo di costruzione dell'identità di prodotto.

Grazie alla lettura critica di questi dati sarà possibile una progettazione più consapevole degli artefatti futuri. Infatti, a partire dalla conoscenza di tutti i modelli esistenti e degli orizzonti di sviluppo ancora non esplorati, si potranno stimolare soluzioni di progetto innovative sia per funzioni tecniche che comunicative.

Nella pagina accanto: esempio di rappresentazione dei dati in tabella.



4.2. SINTESI PACKAGING
OSSERVATI



										
STRUTTURA MORFOLOGICA										
* Bottiglia	●				●	●			●	
* Gable Top		●								
* Brick							●	●		
* Contenitore con manico			●	●						
* Altro										●
MATERIALI										
* Poliaccoppiato		●					●	●		●
* Plastica			●	●		●				
* Vetro	●								●	
* Metallo	●				●				●	●
* Altro										
SOSTENIBILITÀ										
* Materiale riciclato			●		●					
* Pack riutilizzabile	●				●				●	
* Pack biodegradabile			●	●						
TRATTAMENTO SUPERFICI										
* Liscia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* In rilievo					●					
* Ruvida					●					
ELEMENTI COMUNICATIVI										
* Tipografia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* Colore	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* Illustrazione							●	●		●
* Fotografia				●						●
* Forma		●			●			●	●	●
* Texture e disegni			●			●			●	
LINGUAGGI										
* Classico					●					
* Contemporaneo	●		●	●	●	●	●	●	●	●
* Eco Friendly		●		●	●					
* Giocoso		●		●				●		
* High-tech										
* Ironico							●	●		●
* Mass Market					●	●	●		●	
* Minimal	●		●			●			●	
* Naturale		●		●		●			●	●
* Pop							●			
* Storico										
* Trasgressivo					●					
TIPOLOGIA DI PROGETTO										
* Packaging reale			●	●				●		●
* Concept di progetto	●	●			●	●	●		●	

										
STRUTTURA MORFOLOGICA										
* Bottiglia	●			●		●	●	●		
* Gable Top		●							●	●
* Brick										
* Contenitore con manico										
* Altro			●		●					
MATERIALI										
* Poliaccoppiato		●			●				●	●
* Plastica		●							●	●
* Vetro	●		●	●		●	●	●	●	●
* Metallo	●			●		●				
* Altro				●			●			
SOSTENIBILITÀ										
* Materiale riciclato										
* Pack riutilizzabile	●			●		●				
* Pack biodegradabile										
TRATTAMENTO SUPERFICI										
* Liscia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* In rilievo					●			●		
* Ruvida					●		●	●		
ELEMENTI COMUNICATIVI										
* Tipografia	●		●	●	●	●	●	●	●	●
* Colore	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* Illustrazione		●	●		●	●		●		●
* Fotografia										
* Forma				●	●					●
* Texture e disegni	●	●			●		●			
LINGUAGGI										
* Classico							●			
* Contemporaneo				●	●			●	●	
* Eco Friendly	●		●							●
* Giocoso		●				●	●		●	
* High-tech										
* Ironico										
* Mass Market			●					●		●
* Minimal	●			●		●				●
* Naturale				●	●	●	●			●
* Pop		●			●	●				●
* Storico	●				●					
* Trasgressivo		●	●							
TIPOLOGIA DI PROGETTO										
* Packaging reale	●				●	●	●	●		●
* Concept di progetto		●	●	●	●	●			●	●

										
STRUTTURA MORFOLOGICA										
* Bottiglia										
* Gable Top										
* Brick										
* Contenitore con manico										
* Altro										
MATERIALI										
* Poliaccoppiato										
* Plastica										
* Vetro										
* Metallo										
* Altro										
SOSTENIBILITÀ										
* Materiale riciclato										
* Pack riutilizzabile										
* Pack biodegradabile										
TRATTAMENTO SUPERFICI										
* Liscia										
* In rilievo										
* Ruvida										
ELEMENTI COMUNICATIVI										
* Tipografia										
* Colore										
* Illustrazione										
* Fotografia										
* Forma										
* Texture e disegni										
LINGUAGGI										
* Classico										
* Contemporaneo										
* Eco Friendly										
* Giocoso										
* High-tech										
* Ironico										
* Mass Market										
* Minimal										
* Naturale										
* Pop										
* Storico										
* Trasgressivo										
TIPOLOGIA DI PROGETTO										
* Packaging reale										
* Concept di progetto										



STRUTTURA MORFOLOGICA

- * Bottiglia
- * Gable Top
- * Brick
- * Contenitore con manico
- * Altro

MATERIALI

- * Poliacoppiato
- * Plastica
- * Vetro
- * Metallo
- * Altro

SOSTENIBILITÀ

- * Materiale riciclato ...
- * Pack riutilizzabile ...
- * Pack biodegradabile

TRATTAMENTO SUPERFICI

- * Liscia
- * In rilievo
- * Ruvida

ELEMENTI COMUNICATIVI

- * Tipografia
- * Colore
- * Illustrazione
- * Fotografia
- * Forma
- * Texture e disegni

Linguaggi

- * Classico
- * Contemporaneo
- * Eco Friendly
- * Giocoso
- * High-tech
- * Ironico
- * Mass Market
- * Minimal
- * Naturale
- * Pop
- * Storico
- * Trasgressivo

TIPOLOGIA DI PROGETTO

- * Packaging reale
- * Concept di progetto

										
STRUTTURA MORFOLOGICA										
* Bottiglia										
* Gable Top										
* Brick										
* Contenitore con manico										
* Altro										
MATERIALI										
* Poliaccoppiato										
* Plastica										
* Vetro										
* Metallo										
* Altro										
SOSTENIBILITÀ										
* Materiale riciclato										
* Pack riutilizzabile										
* Pack biodegradabile										
TRATTAMENTO SUPERFICI										
* Liscia										
* In rilievo										
* Ruvida										
ELEMENTI COMUNICATIVI										
* Tipografia										
* Colore										
* Illustrazione										
* Fotografia										
* Forma										
* Texture e disegni										
LINGUAGGI										
* Classico										
* Contemporaneo										
* Eco Friendly										
* Giocoso										
* High-tech										
* Ironico										
* Mass Market										
* Minimal										
* Naturale										
* Pop										
* Storico										
* Trasgressivo										
TIPOLOGIA DI PROGETTO										
* Packaging reale										
* Concept di progetto										

										
STRUTTURA MORFOLOGICA										
* Bottiglia		●		●		●				●
* Gable Top	●									
* Brick			●					●	●	
* Contenitore con manico							●			
* Altro					●					
MATERIALI										
* Poliaccoppiato	●		●		●			●	●	●
* Plastica			●	●		●				●
* Vetro		●				●				
* Metallo						●				
* Altro		●					●			
SOSTENIBILITÀ										
* Materiale riciclato										
* Pack riutilizzabile		●				●				
* Pack biodegradabile										
TRATTAMENTO SUPERFICI										
* Liscia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* In rilievo				●	●		●			
* Ruvida										
ELEMENTI COMUNICATIVI										
* Tipografia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* Colore	●	●	●	●		●		●	●	●
* Illustrazione		●	●	●				●		●
* Fotografia										
* Forma	●	●			●	●	●	●	●	●
* Texture e disegni								●	●	
LINGUAGGI										
* Classico		●								
* Contemporaneo					●	●		●	●	●
* Eco Friendly		●	●	●		●				●
* Giocoso			●						●	
* High-tech					●		●			
* Ironico								●		
* Mass Market			●	●		●				
* Minimal										●
* Naturale	●	●		●			●			●
* Pop								●	●	
* Storico	●									
* Trasgressivo					●					
TIPOLOGIA DI PROGETTO										
* Packaging reale				●						
* Concept di progetto	●	●	●		●	●	●	●	●	●



061



062



063



064



065



066



067



068



069



070

STRUTTURA MORFOLOGICA

* Bottiglia										
* Gable Top										
* Brick										
* Contenitore con manico										
* Altro										

MATERIALI

* Poliaccoppiato										
* Plastica										
* Vetro										
* Metallo										
* Altro										

SOSTENIBILITÀ

* Materiale riciclato										
* Pack riutilizzabile										
* Pack biodegradabile										

TRATTAMENTO SUPERFICI

* Liscia										
* In rilievo										
* Ruvida										

ELEMENTI COMUNICATIVI

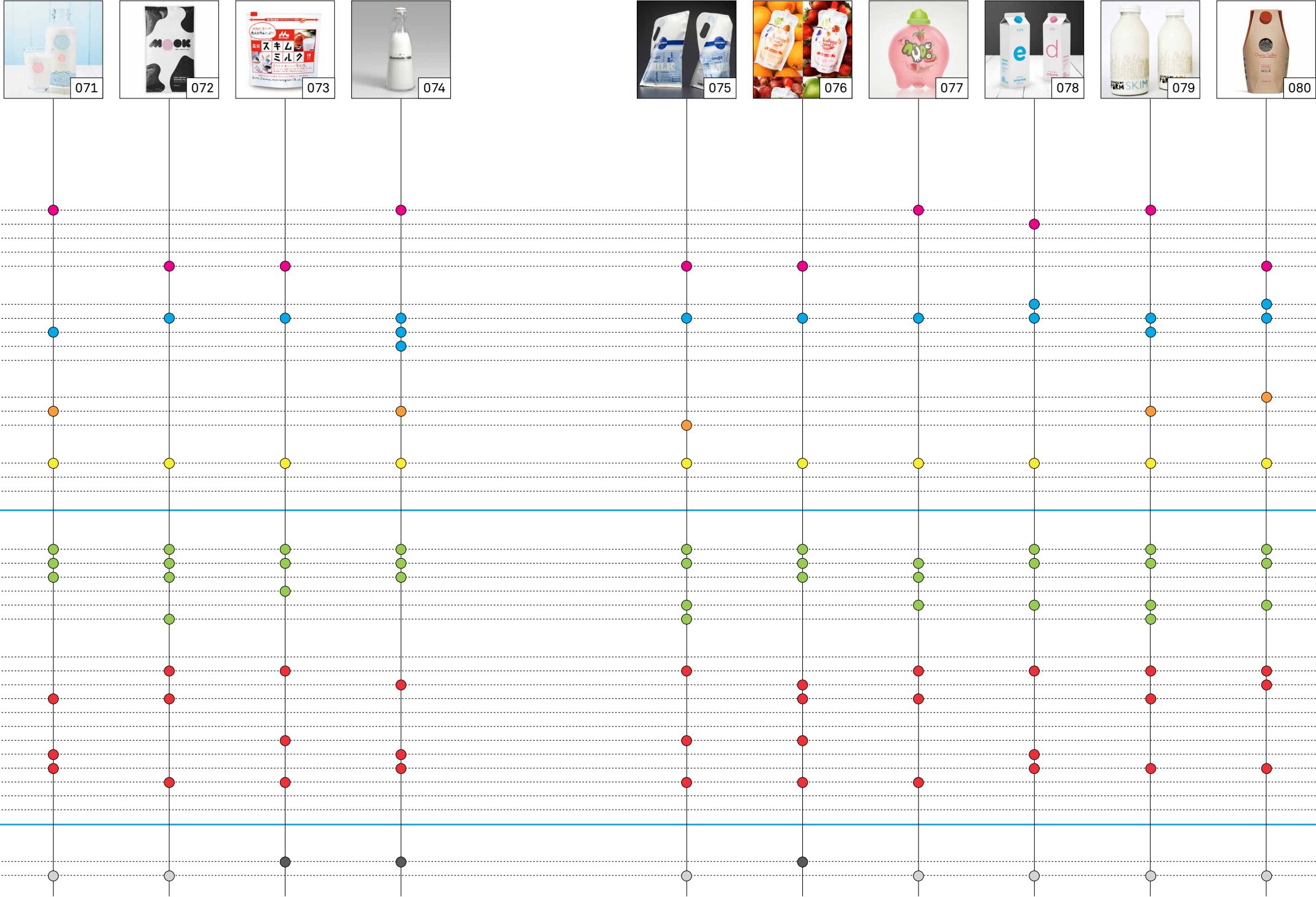
* Tipografia										
* Colore										
* Illustrazione										
* Fotografia										
* Forma										
* Texture e disegni										

LINGUAGGI

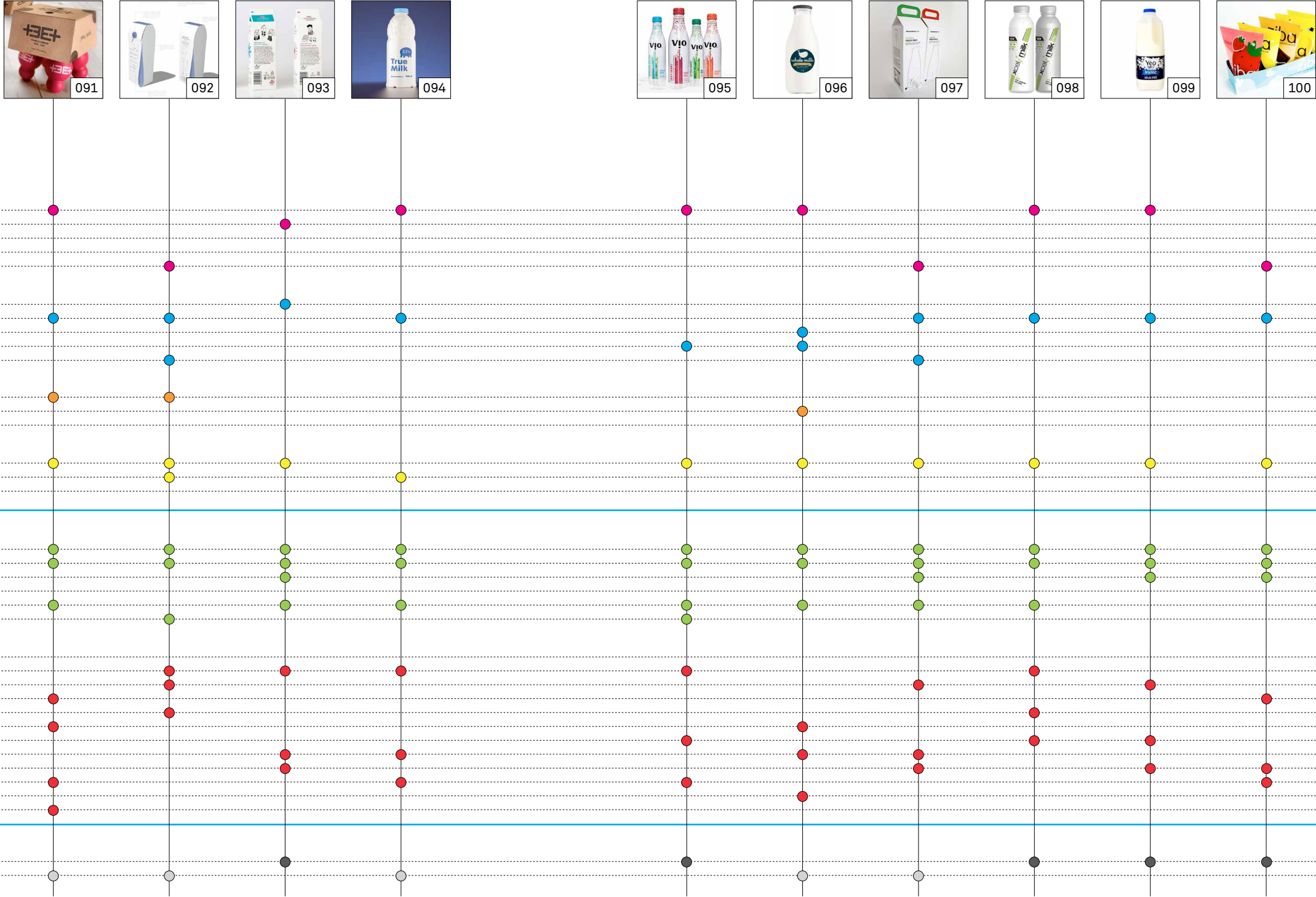
* Classico										
* Contemporaneo										
* Eco Friendly										
* Giocoso										
* High-tech										
* Ironico										
* Mass Market										
* Minimal										
* Naturale										
* Pop										
* Storico										
* Trasgressivo										

TIPOLOGIA DI PROGETTO

* Packaging reale										
* Concept di progetto										



										
STRUTTURA MORFOLOGICA										
* Bottiglia	●			●	●	●	●	●		
* Gable Top			●						●	●
* Brick										
* Contenitore con manico		●								
* Altro										
MATERIALI										
* Poliaccoppiato			●						●	●
* Plastica	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
* Vetro	●				●					
* Metallo							●			
* Altro										
SOSTENIBILITÀ										
* Materiale riciclato					●		●			
* Pack riutilizzabile										
* Pack biodegradabile										
TRATTAMENTO SUPERFICI										
* Liscia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
* In rilievo	●			●	●					
* Ruvida										
ELEMENTI COMUNICATIVI										
* Tipografia	●	●	●	●	●		●	●	●	●
* Colore	●	●	●	●		●		●	●	●
* Illustrazione							●		●	
* Fotografia										
* Forma	●	●		●	●	●		●		●
* Texture e disegni			●			●				
LINGUAGGI										
* Classico	●				●					
* Contemporaneo		●	●	●					●	
* Eco Friendly										
* Giocoso						●	●		●	
* High-tech			●							●
* Ironico					●					
* Mass Market		●		●					●	
* Minimal					●			●		●
* Naturale	●				●			●		
* Pop		●	●	●		●				
* Storico								●		
* Trasgressivo						●				
TIPOLOGIA DI PROGETTO										
* Packaging reale	●			●	●		●	●		
* Concept di progetto		●	●			●		●	●	●



4.3. RISULTATI PER VOCE DI CATALOGAZIONE

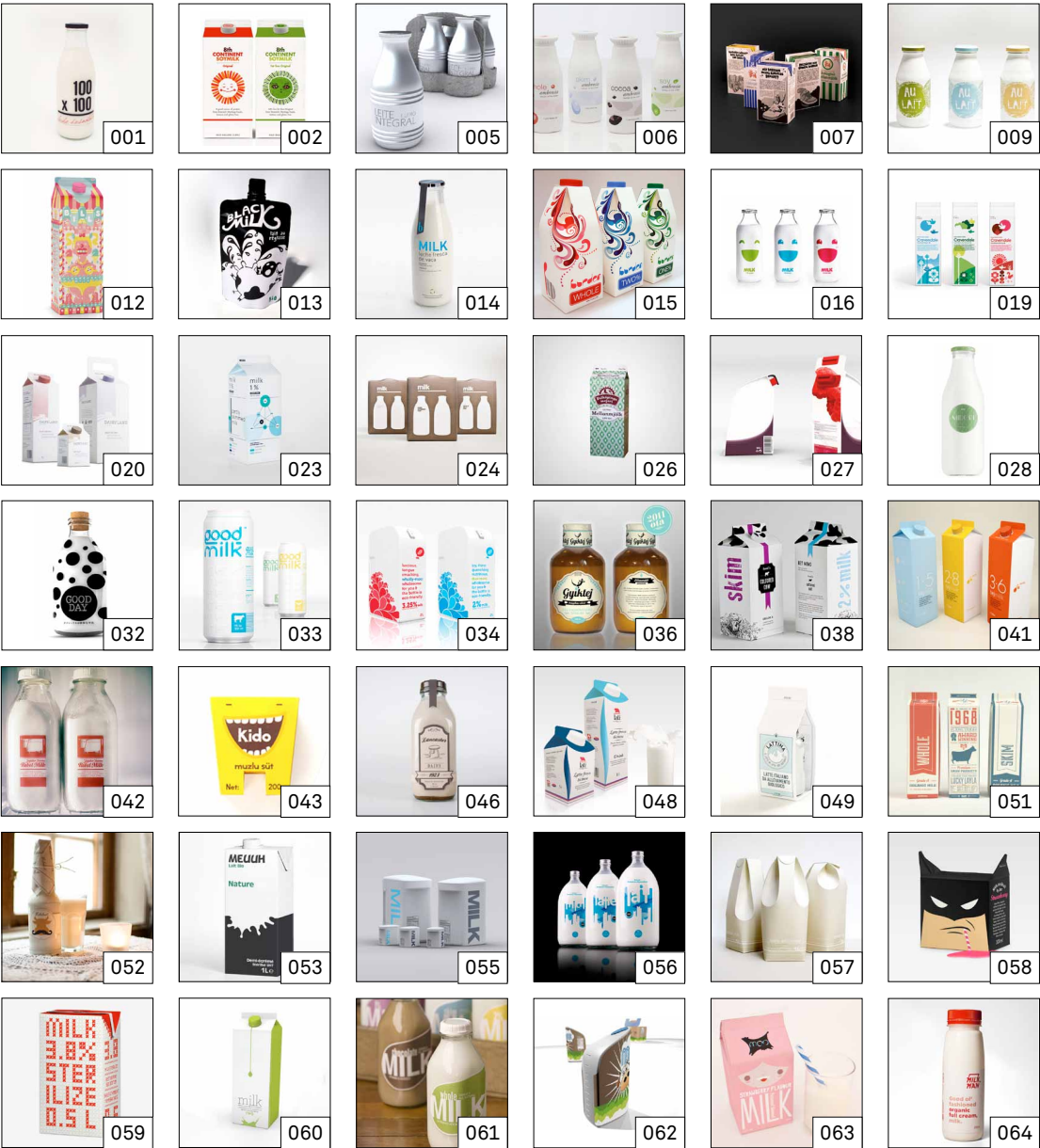
Nelle pagine successive i packaging selezionati sono stati rior-
dinati a partire dalla tassonomia definita in precedenza. Per ogni
voce di catalogazione è stata creata una sezione corrispondente,
nella quale è rappresentata la composizione del campione rispetto
al totale delle confezioni oltre a quattro esempi di packaging.
Le miniature dei 100 packaging sono state tutte numerate per
facilitare la fruizione dei contenuti e per creare connessioni tra
le schede di analisi e le mappe di sintesi.

TIPOLOGIA DI PROGETTO



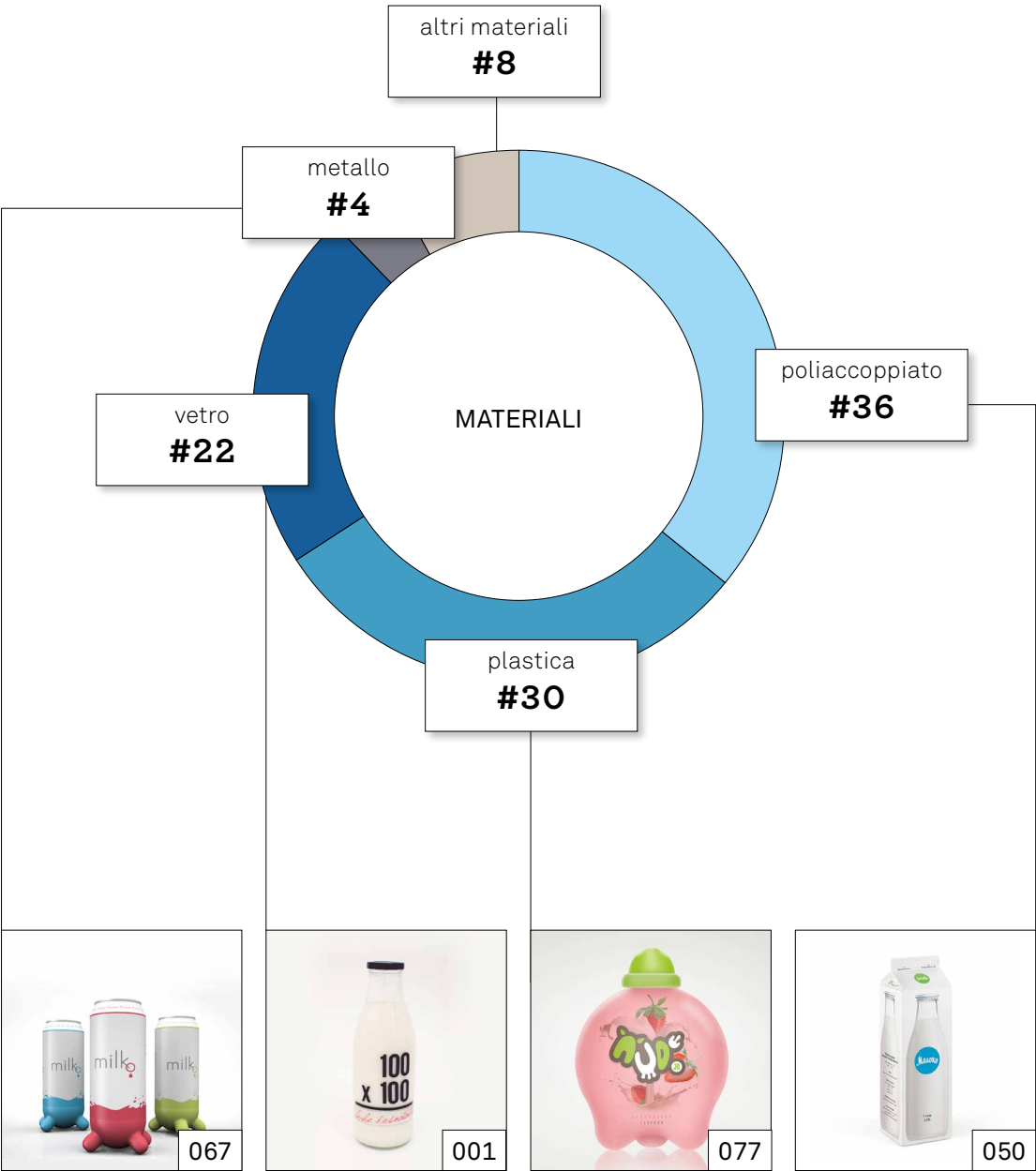
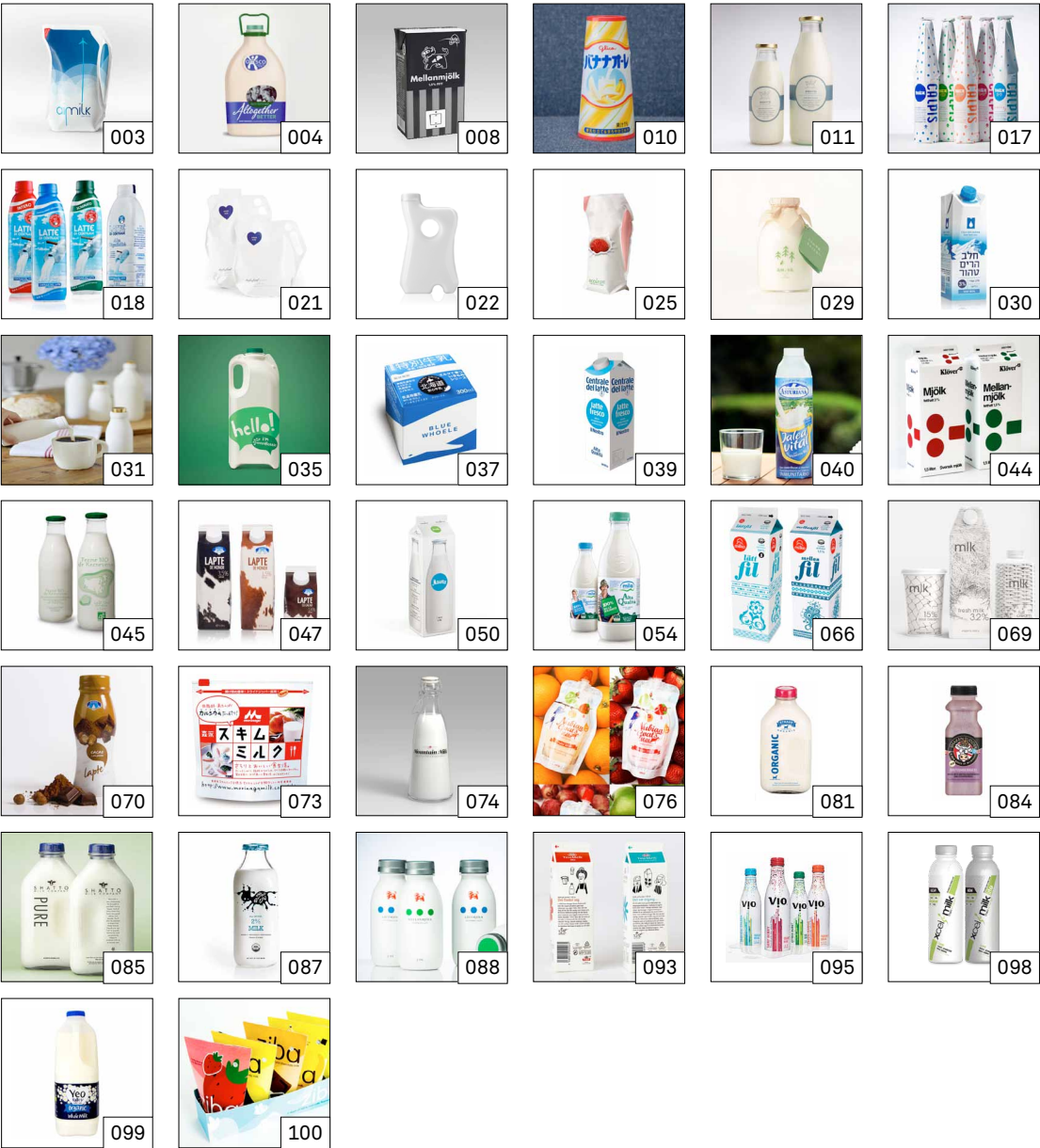
CONCEPT DI PROGETTO

#62

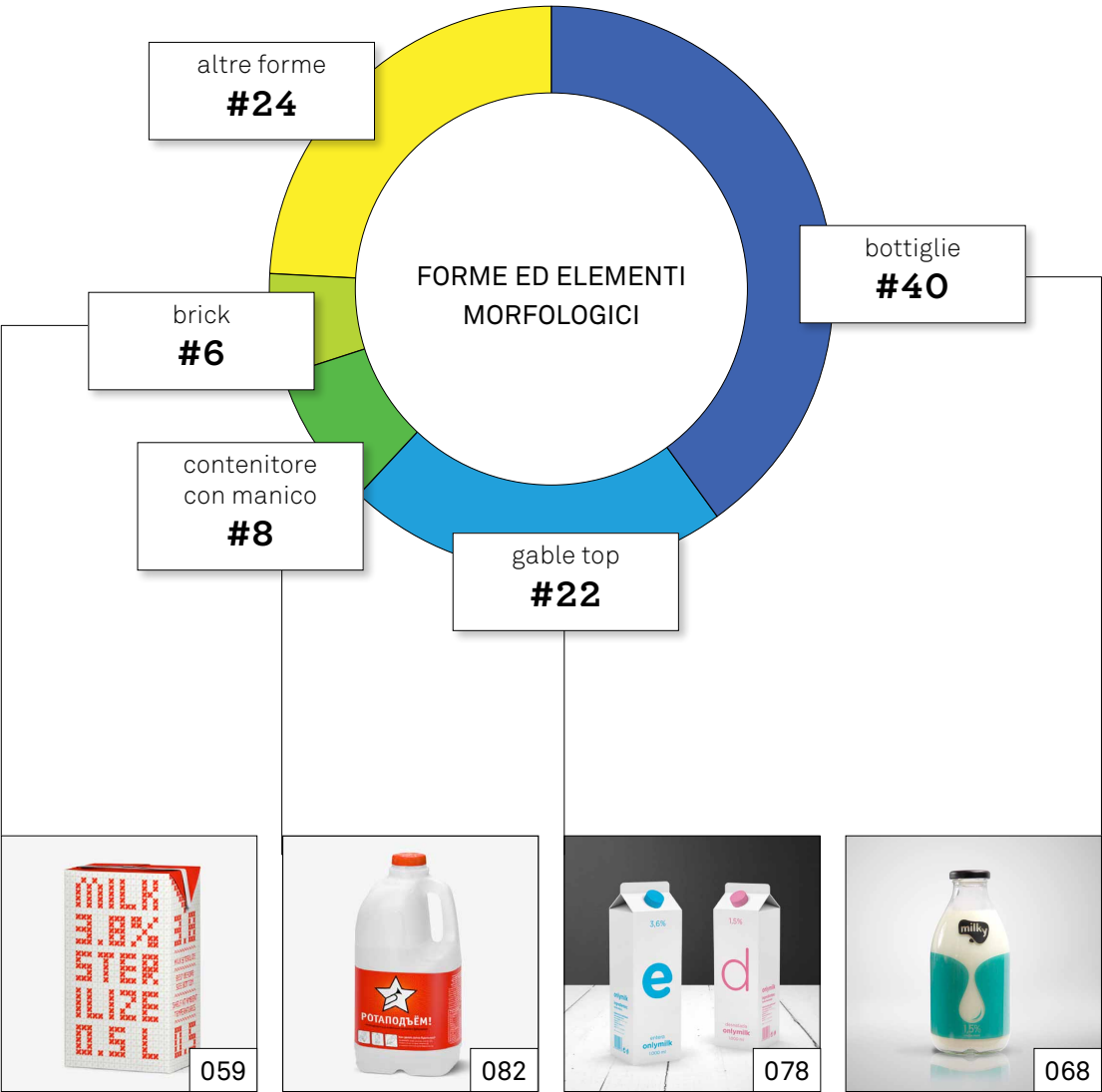


PACKAGING REALI

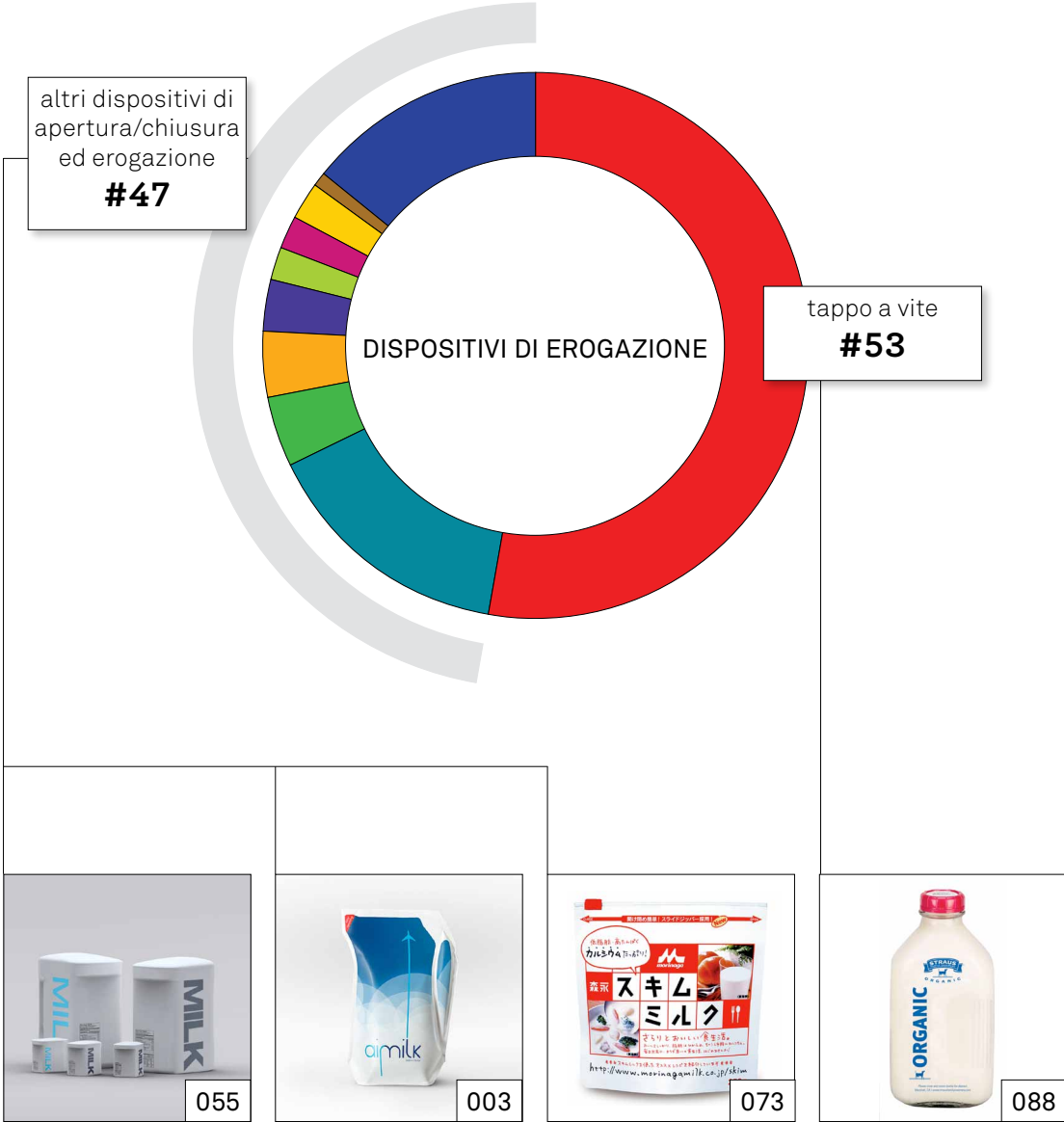
#38



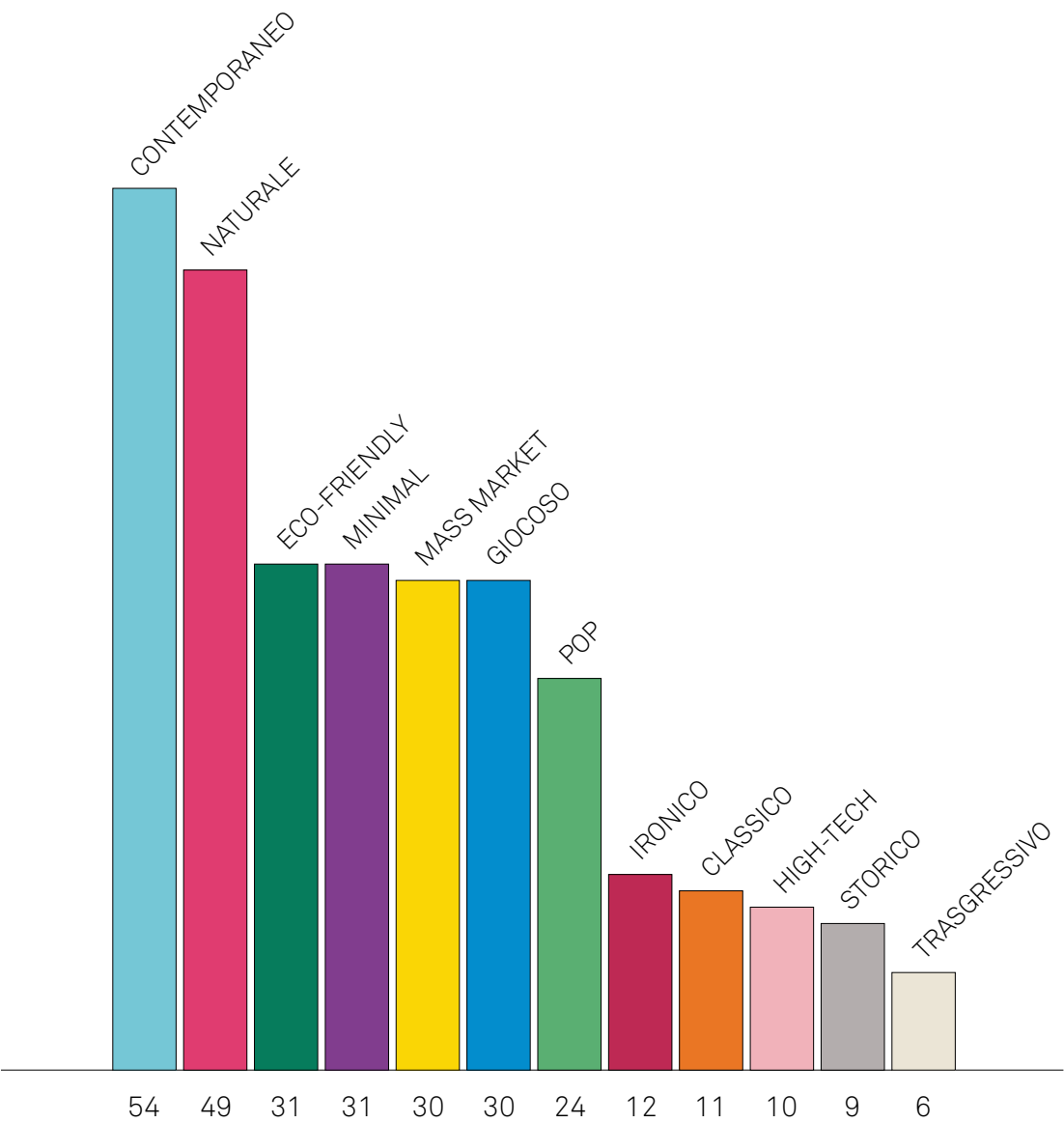
FORME ED ELEMENTI MORFOLOGICI



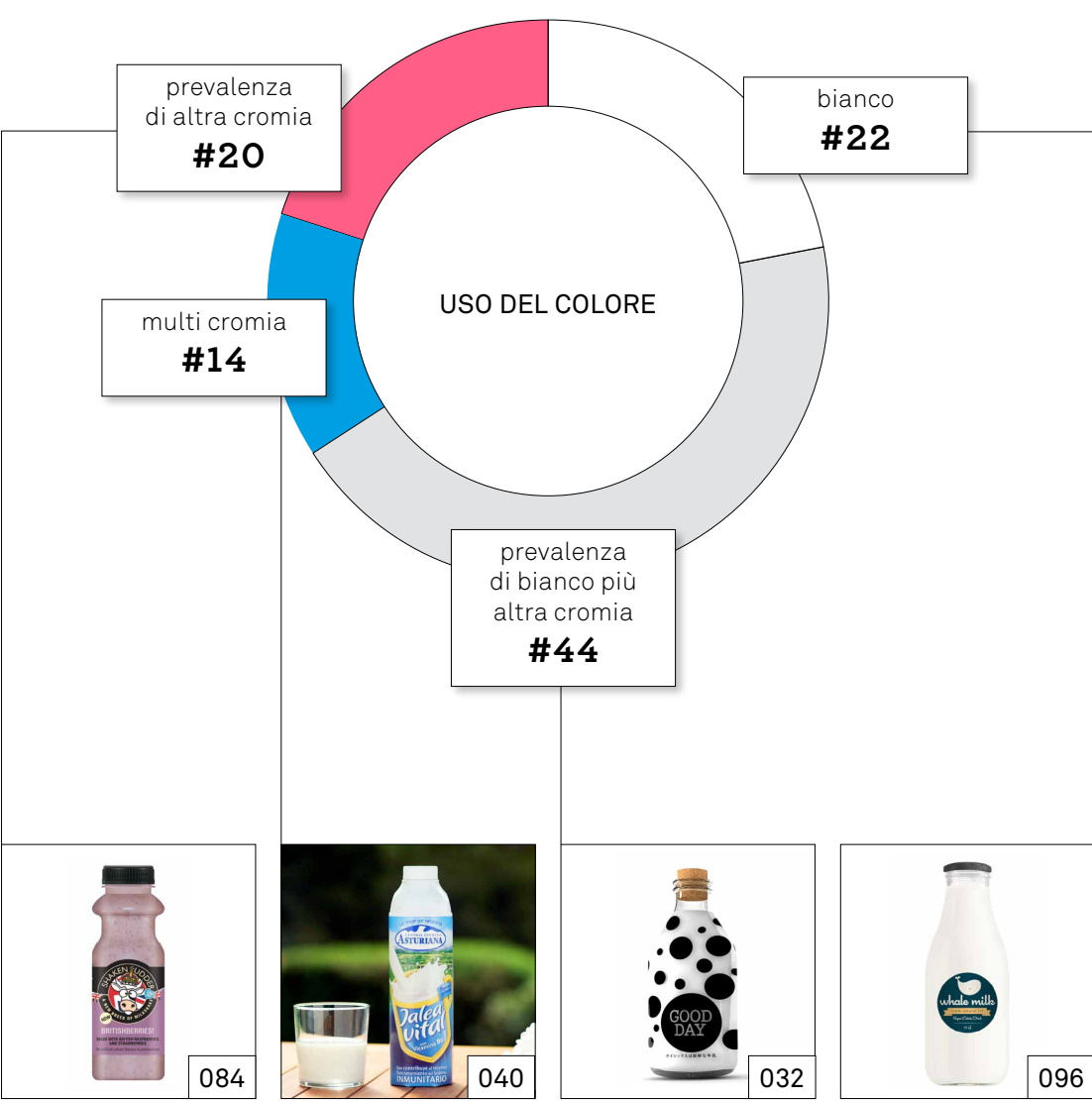
DISPOSITIVI DI APERTURA/CHIUSURA ED EROGAZIONE

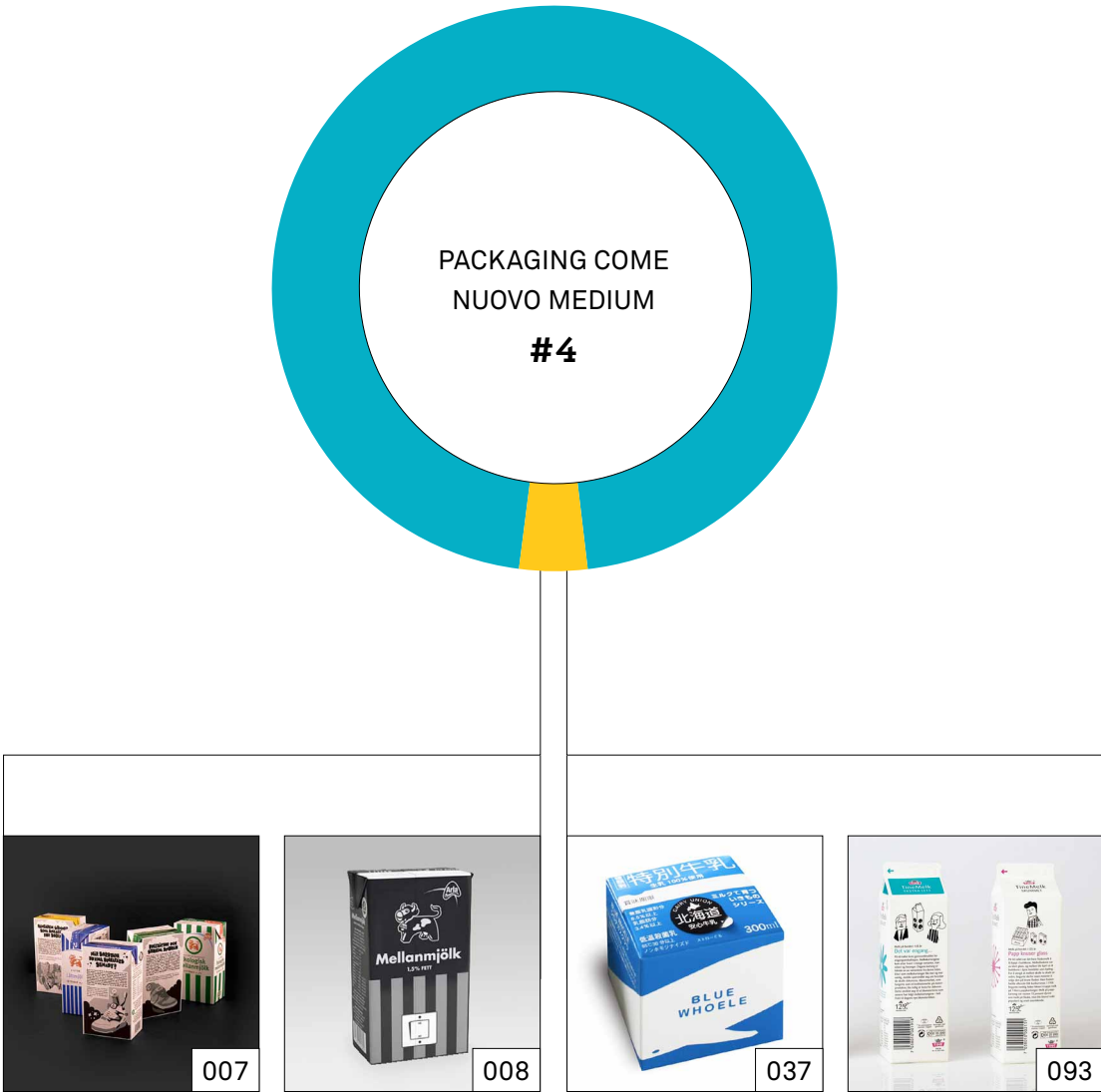


TIPOLOGIA DI LINGUAGGIO



USO DEL COLORE. RAPPORTO TRA BIANCO E ALTRE CROMIE





4.4. CONSIDERAZIONI

A partire dalla lettura delle mappe di sintesi possiamo desumere alcune considerazioni sul panorama contemporaneo dei packaging alimentari e in particolare sui packaging del latte.

STRUTTURA MORFOLOGICA

I tre quarti delle confezioni sono divisi in quattro grandi categorie di strutture morfologiche: le bottiglie, i packaging gable top, i contenitori con manico e i brick.

MATERIALI

I due materiali più diffusi sono il *poliaccoppiato* e la *plastica*. Al livello attuale di capacità di lavorazione dei materiali, la scelta progettuale di adoperare l'uno o l'altro non dipende più solo da motivazioni tecniche, ma anche da aspetti riferiti all'identità di prodotto.

TIPOLOGIA DI PROGETTO

In generale i concept adoperano con maggiore libertà le possibilità offerte da una forma ad hoc, anche sacrificando in parte le logiche di modularità e impilabilità dei packaging attualmente in commercio. I packaging di prodotti commercializzati sono realizzati prevalentemente con materiali riciclabili, così da ridurre il volume di scarti e l'impatto ambientale delle confezioni.

USO DEL COLORE

È interessante osservare che i due terzi dei packaging costruiscono la loro identità prevalentemente attraverso l'utilizzo del

colore bianco. Le bottiglie grazie alla trasparenza del materiale permettono la visibilità del colore. I packaging in poliaccoppiato hanno invece riproposto spesso il bianco “latte” come colore predominante attribuita alla confezione.

Il resto dello scenario si divide tra packaging in cui altre cromie prevalgono sul bianco e packaging che hanno realizzato la loro identità, in contrapposizione al contesto generale, con l'utilizzo esclusivo di altre cromie.

LINGUAGGI COMUNICATIVI

Un'attenta riflessione sullo studio affrontato in queste pagine ci permette di affermare che i linguaggi maggiormente impiegati sono il *contemporaneo* e il *naturale*. Tutto ciò ci induce a ritenere che i packaging del latte abbiano una duplice dimensione semantica. Essi, infatti, tendono a proporsi come artefatti comuni, inseriti nella vita quotidiana delle persone, ma si presentano allo stesso tempo legati alla naturalità, alla “non-industrialità” e alla freschezza del prodotto.

Tuttavia il prodotto latte si presta a sperimentazioni di linguaggio (*minimal*, *giocoso*, *mass market*, *eco-friendly* e *pop*) sviluppando però forme più dettagliate e differenziate a seconda delle esigenze specifiche di mercato e delle categorie di consumatori.

TRATTAMENTO DELLE SUPERFICI

È stato riscontrato che la maggioranza dei packaging nel contesto di studio ha superfici tridimensionali prevalentemente lisce. Ciò dipende da logiche di produzione industriale su larga scala nelle quali la creazione di rilievi e altre lavorazioni superficiali comporta un numero maggiore di passaggi nei processi di produzione e trasformazione.

È perciò forse ancora più interessante notare un packaging tattile che, per favorire l'accesso informativo ai consumatori non vedenti, riporta la data di scadenza del latte impressa sulla con-

fezione in *braille*. Questo intervento rileva il packaging come un artefatto sempre più consapevole delle sue potenzialità comunicative, anche indirizzate alle fasce di utenza più deboli.

DISPOSITIVI DI APERTURA/CHIUSURA ED EROGAZIONE

Il sistema di erogazione con tappo a vite è il più diffuso e corrisponde a più della metà del campione. Il tappo, che inizialmente era prerogativa esclusiva delle bottiglie, ora invece è un elemento di cui sono spesso dotati anche i packaging a timpano.

Notiamo ad esempio una metamorfosi dei contenitori in poliacoppiato che, in seguito alla crescente propensione all'acquisto di packaging con tappo a vite, si stanno evolvendo verso la struttura morfologia della bottiglia. Queste confezioni sono create da strutture composite: i bordi laterali sono in poliaccoppiato mentre il collo, realizzato in plastica, viene saldato in cima al cartone con un processo termico.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Per quanto riguarda gli aspetti di sostenibilità ambientale, possiamo affermare che, nello scenario contemporaneo, essi sono ancora marginali. Solo sette packaging sono realizzati almeno in parte in materiale riciclato. D'altro canto abbiamo osservato una nuova interessante tendenza, per ora limitata a sei confezioni, all'utilizzo di materiali biodegradabili, realizzati con residui organici di lavorazione agricola. Attualmente le bio-plastiche sono già usate in sostituzione dei tradizionali polimeri forse anche perchè le proprietà di questi materiali implicitamente propongono al consumatore un'immagine di prodotto più attenta ai temi della sostenibilità ambientale.

PACKAGING COME “NEW MEDIUM”

Possiamo infine osservare l'utilizzo di quattro packaging come nuovo mezzo di comunicazione per veicolare informazioni differenti rispetto a quelle riferite al prodotto contenuto. Tra questi uno di essi si fa portavoce di un'iniziativa di salvaguardia ambientale. Grazie ai volumi di confezioni distribuiti ogni giorno – paragonabili alla tiratura di alcuni quotidiani nazionali – il packaging può in questa accezione a tutti gli effetti essere considerato un nuovo mezzo di comunicazione¹.

¹ Ciravegna, Erik e Tolino, Umberto (a cura di), *Packaging design e pubblica utilità. Sperimentazioni in cartone per comunicare la sicurezza domestica*, Edizioni Dativo, Milano, 2012, pag. 55.



A sinistra: Data di scadenza del latte impressa sulla packaging in codice *braille*, Italia, 2012.

Sotto: fotografia del packaging *Tetra Evero Aseptic* nella fase di separazione dei materiali. Svezia, 2012.



CONCLUSIONI

Sulla base delle considerazioni svolte rispetto allo scenario contemporaneo e all'evoluzione passata della dimensione *strumentale* e *comunicativo-informativa* dei packaging possiamo ipotizzare alcune tendenze future per il packaging design del latte.

Lo studio della morfologia e dei sistemi di erogazione contemporanei suggerisce un progressivo avvicinamento delle confezioni geometriche alle forme e alla gestualità delle bottiglie.

Per semplificare le fasi di riciclaggio e dismissione a fine utilizzo i packaging saranno sempre di più realizzati con materiali biodegradabili e facilmente separabili. La nuova confezione *Tetra Evero Aseptic*¹ ad esempio permette di dividere, con un solo gesto, la plastica dell'imboccatura dal corpo della confezione in poliacoppiato. Questa semplice operazione crea una nuova interazione tra consumatore e packaging, una ritualità che potrebbe rivelarsi essere un interessante territorio di studio nel prossimo futuro.

In generale i designer potranno trovare nuovi spazi per la definizione dell'identità di prodotto alimentare affiancando alla progettazione delle componenti grafiche e seduttive lo sviluppo etico e consapevole delle recenti tematiche trasversali: la progettazione per le fasce di consumatori più deboli, l'attenzione ai criteri di rispetto ambientale, l'utilizzo dei packaging come veicolo per la divulgazione di comunicazioni sociali².

Volendo invece ipotizzare delle potenzialità di ampliamento futuro del lavoro sviluppato nella tesi, possiamo suggerire alcune direzioni di ricerca percorribili. Considerando il metodo di lavoro applicato - basato sulla ricerca storica e l'osservazione diretta dello scenario contemporaneo - come un modello di studio e approfondimento, potrebbe essere di notevole interesse accademico-progettuale adottare lo stesso percorso di investigazione ad altri prodotti, soprattutto in ambito alimentare.

Utilizzare gli strumenti di sistematizzazione e consultazione offerti dal database, le schede grafiche di analisi e le mappe di sintesi come riferimento metodologico applicabile anche a nuovi contesti, permetterebbe di osservare e descrivere la realtà di studio con un metro di giudizio condiviso, offrendo cioè la possibilità di un'analisi e di un successivo confronto tra le identità di prodotti tra loro anche molto differenti.

“Se è vero che l'innovazione si basa su ‘vecchie idee’ ricombinate, ne deriva quanto la memoria sia un valore; come le vecchie idee debbano essere custodite”, e diventare un sapere condiviso che “per esistere, cioè per essere ricordato, ritrovato, riattualizzato, deve essere ordinato, ripartito, suddiviso”³.

I materiali di ricerca prodotti nell'elaborazione della tesi sono stati quindi messi a disposizione del *Packaging Design Archive* contribuendo ad accrescere il numero delle voci disponibili a generare innovazione nella futura progettazione dell'identità dei packaging alimentari.

¹ Vedi pag. 313 e packaging #040 nella sezione di schede di analisi.

² Ciravegna, Erik e Tolino, Umberto (a cura di), *Packaging design e pubblica utilità*, Edizioni Dativo, Milano, 2012.

³ Buccchetti, Valeria e Ciravegna, Erik (a cura di), *Innovazione nel packaging design. Riflessioni e strumenti*, Edizioni Dativo, Milano, 2010.

BIBLIOGRAFIA

AA.VV., “Il Verri. N. 4-5 - Dicembre 1977 - Modello, stereotipo e luogo comune”.

AA.VV., *Libro bianco sull'imballaggio*, Istituto Italiano Imballaggio, Milano, 1995.

AA.VV., *Pack-age. Storia, costume, industria, funzione e futuro dell'imballaggio*, Lupetti, Milano, 2001

Anceschi, Giovanni e Bucchetti, Valeria, *Packaging alimentare*, in Capatti Alberto, De Bernardi Alberto, Varni Giovanni (a cura di), *Storia d'Italia. L'alimentazione*, vol. 13, Torino, Einaudi, 1998

Anceschi, Giovanni, *L'oggetto della raffigurazione*, Etas, Milano, 1992.

Baroni, Daniele e Vitta, Maurizio, *Storia del design grafico*, Casa Editrice Longanesi, 2003, Milano.

Baudrillard, Jean, *La società dei consumi*, Il Mulino, Bologna, 1976.

Benjamin, Walter, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 1977.

Bertagnoni, Giuliana, “L'industrializzazione del latte alimentare in Italia: criticità e ritardi visti attraverso un case study locale”, *Storia e Futuro*, Bologna, 2011.

Bonfantini, Massimo e Renzi, Emilio (a cura di), *Oggetti Novecento*, Moretti & Vitali Editore, Bergamo, 2001.

Bucchetti, Valeria (a cura di), *Altre figure. Intorno alle figure di argomentazione*, FrancoAngeli, Milano, 2011

Bucchetti, Valeria (a cura di), *Packaging Contro.Verso*, Edizioni Dativo, Milano, 2007.

Buccchetti, Valeria e Ciravegna, Erik (a cura di), *Innovazione nel packaging design. Riflessioni e strumenti*, Edizioni Dativo, Milano, 2010.

Bucchetti, Valeria e Ciravegna, Erik, *Le parole del packaging. Glossario ragionato per il sistema-imballaggio*, Edizioni Dativo, Milano, 2009.

Bucchetti, Valeria, *La messa in scena del prodotto. Packaging: identità e consumo*, FrancoAngeli, Milano, 1999.

Bucchetti, Valeria, *Packaging Design. Storia, linguaggi, progetto*, FrancoAngeli, Milano, 2005.

Ciravegna, Erik, *La qualità del packaging. Sistemi per l'accesso comunicativo-informativo dell'imballaggio*, FrancoAngeli, Milano, 2010.

Ciravegna, Erik e Tolino, Umberto (a cura di), *Packaging design e pubblica utilità. Sperimentazioni in cartone per comunicare la sicurezza domestica*, Edizioni Dativo, Milano, 2012.

Codelupi, Vanni, *Consumo e comunicazione. Merci, messaggi e pubblicità nelle società contemporanee*, FrancoAngeli, Milano, 1989.

Codelupi, Vanni, *Lo spettacolo della merce. I luoghi del consumo dai passages a Disney World*, Bompiani, Milano, 2000.

Codeluppi, Vanni, *La sociologia dei consumi. Teorie classiche e prospettive contemporanee*, Carocci, Roma, 2002.

De Nardo, Luca Maria, *Food packaging: design with the consumer*, Elledì, Milano, 2009.

Deni Michela e Proni Giampaolo (a cura di), *La semiotica e il progetto. Design, comunicazione, marketing*, FrancoAngeli, Milano, 2008.

Dorfes, Gillo, *Introduzione al disegno industriale*, Einaudi, Torino, 2001.

Floch, Jean-Marie, *Semiotica, marketing e comunicazione : dietro i segni, le strategie*, FrancoAngeli, Milano, 1992.

Granata, Mattia, *Municipio e Mercato. La Centrale del Latte a Milano*, Skira Editore, Milano, 2005.

Häsler, Alfred (a cura di), *L'Aventure Migros*, Cooperative Migros, Zurigo, 1985.

Kline, George (a cura di), *Modern super markets & Superettes*, Progressive Grocer, New York, 1956.

Lockhart, Bill, *The Dairies and Milk Bottles of Otero County, New Mexico, 2011*.

Lorusso, Silvio Michele, *L'identità del prodotto alimentare. I luoghi dell'esibizione, della narrazione e della produzione*, tesi di laurea presso l'Università IUAV di Venezia, relatore G. Anceschi, 2011.

Maldonado, Tomas, *Disegno industriale: un riesame*, Feltrinelli, Milano, 1991.

Paccagnella, Luciano, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004.

Picchi Francesca e Strina Marco, *Les createurs d'emballages*, in AA.VV. *Emballage, emballages*, Cité des Sciences et de l'Industrie, Parigi, 1994.

Piergiovanni, Luciano e Limbo, Sara, *Food Packaging. Materiali, tecnologie e qualità degli alimenti*, Springer Verlag, Berlino, 2010.

Vitta, Maurizio, *Il sistema delle immagini. Estetica della rappresentazione quotidiana*, Liguori Editore, Napoli, 1999.

Zimmerman, Mark, *The super market : a revolution in distribution*, McGraw-Hill, New York, 1955.