

LA IMPORTANCIA DE UN BUEN PACKAGING

(Una Mirada al Mercado Italiano)

YESENIA RIVERA ABBIATI

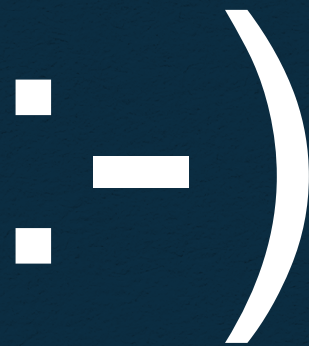
packettinoproject@gmail.com

12 de AGOSTO de 2015

LIMA, PERÚ



BIENVENIDOS !



ME PRESENTO



IDENTITY, BRANDING, PACKAGING, WEBSITE DESIGN



PACKETTINO



DESIGN GROUP ITALIA



RBA GROUP



ROBILANT & ASSOCIATI

STUDIOA



HOY NOS FOCALIZAREMOS
EN EL SECTOR DEL **FOOD PACKAGING**





EL PACKAGING SE HA VUELTO
DE **FUNDAMENTAL** IMPORTANCIA
EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



SOBRE TODO DESDE CUANDO LAS EMPRESAS
SE HAN DADO CUENTA QUE
**UN BUEN PACKAGING EQUIVALE
A UN INCREMENTO EN LAS VENTAS**





HAGAMOS UNA PRIMERA CONSIDERACIÓN IMPORTANTE:
HABLEMOS DE LA IDENTIDAD DE UNA EMPRESA,
EL BRAND

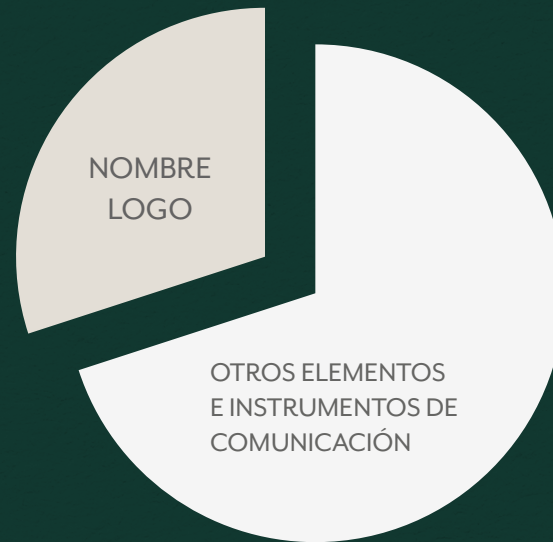


PERO...

QUÉ ES UN BRAND?



UN BRAND ES MUCHO MÁS DE UN LOGO



HACER **BRANDING** SIGNIFICA
CREAR UNA **IDENTIDAD GLOBAL**
PARA LA PROPIA EMPRESA



DESDE LA ESTRATEGIA,
A EL DESARROLLO DEL LOGO Y DEL ESTILO VISUAL,
A UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN COHERENTE



LA IDENTIDAD GLOBAL SE DISEÑA A TRAVES
DE DIVERSOS INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN,
ENTRE LOS CUALES **EL PACKAGING**



Y EL PACKAGING A SU VEZ AFRONTA MÚLTIPLES TEMÁTICAS:

- NEW PACKAGING DEVELOPMENT
 - STRUCTURAL DESIGN
 - PACK REDESIGN
 - PACK RESTYLING
- LINE EXTENSION AND STRETCHING
 - SPECIAL EDITIONS
- MATERIAL AND PRINTING CONSULTANCY



VEAMOS ALGUNOS EJEMPLOS
INTERESANTES DE
BRANDING

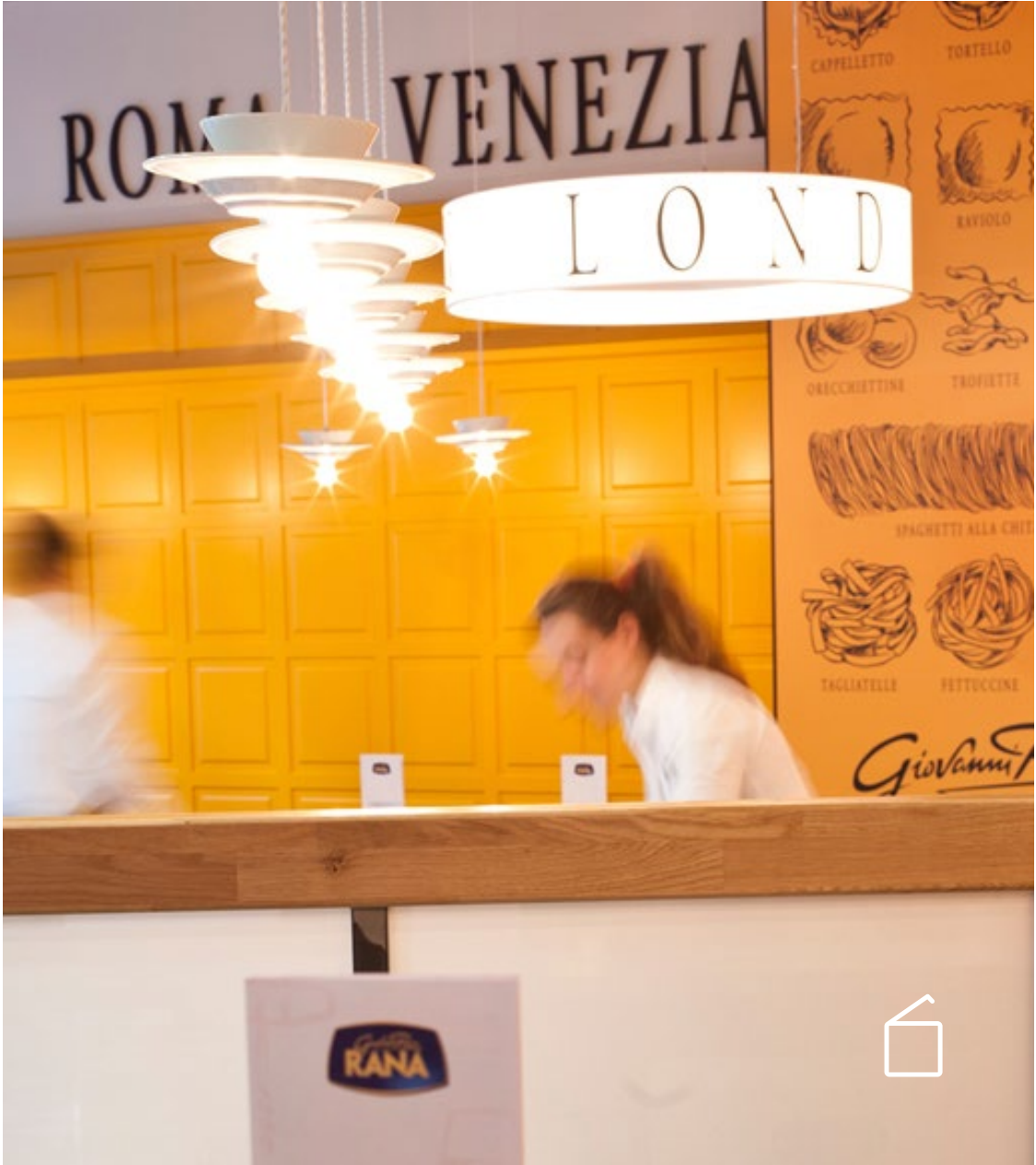


BIZZOZERO



GIOVANNI RANA





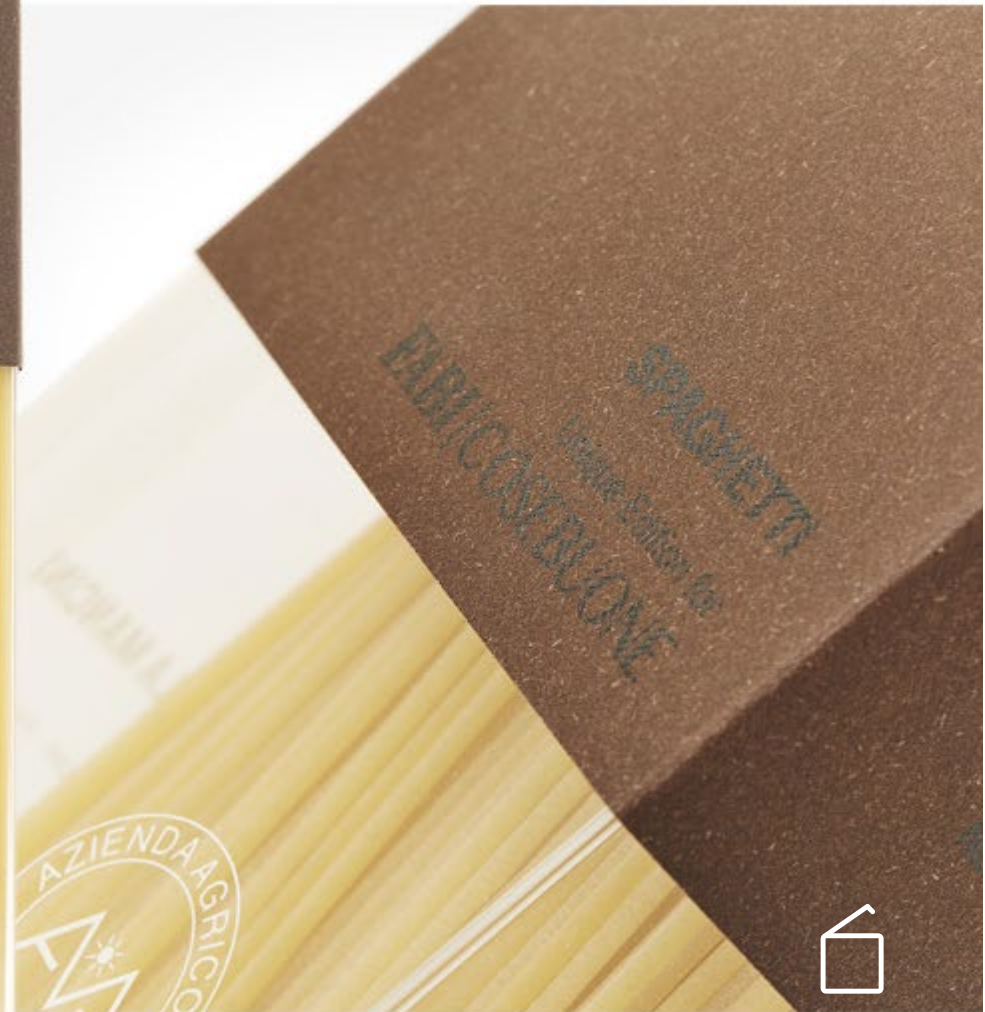
NUVA





MANCINI







Y VEAMOS ALGUNOS EJEMPLOS EN LOS QUE EL **PACKAGING**
DETERMINA EN MANERA PARTICULARMENTE EVIDENTE
LA IDENTIDAD DE UN BRAND



EL CASO IKEA

LA ESENCIALIDAD VISIVA ES EL FACTOR ESTÉTICO QUE DISTINGUE A LOS PRODUCTOS Y PACKAGING IKEA. EN LINEA CON LA FILOSOFÍA DEL AHORRO, PRACTICA LA POLÍTICA DE REDUCCIÓN DEL PACKAGING.

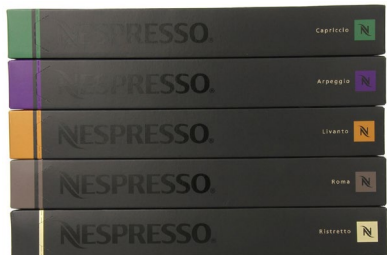
SE TRATA DE UN ESTILO VISIVO ASÍ COMO DE UNA ELECCIÓN ESTÉTICA.



EL CASO NESPRESSO

SISTEMA DE PACKAGING COMPLEJO A TAL PUNTO QUE EL MISMO PACKAGING (EN PARTICULAR LAS CÁPSULAS) SE CONVIERTEN EN EL CORAZÓN DE LA ORGANIZACIÓN VISIVA Y ESPACIAL DEL PUNTO DE VENTA.

SON MÁS QUE UN PACKAGING, SON UN OBJETO DE EXHIBICIÓN.



EL CASO KUSMI TEA

OTRO CASO EN EL QUE EL PACKAGING
DETERMINA FUERTEMENTE LA IDENTI-
DAD DEL BRAND.



HAGAMOS ALGUNA CONSIDERACIÓN
IMPORTANTE SOBRE EL PACKAGING



1

A MENUDO EL PACKAGING ES EL **PRIMER** PUNTO DE CONTACTO ENTRE EL CONSUMIDOR Y VUESTRO PRODUCTO

Un buen packaging podría llevar a la decisión de probar un nuevo producto aún no habiendo escuchado hablar nunca de él.





2

ES UNO DE LOS INSTRUMENTOS QUE DETERMINAN
MAYORMENTE EL **SUCESO** DEL LANZAMIENTO O
RELANZAMIENTO DE UN PRODUCTO





3

EXPRIME LA **IDENTIDAD**
Y LA PERSONALIDAD DE UN BRAND





4

CUENTA UNA HISTORIA



MILANO IL NUOVO CANTASTORIAE
... DI SEMPRE...

Questa storia inizia con...



DIVERSE
NUOVE VISTE
DELLA VALLE
DEL TULINO.

BOPONI CLASSIC.

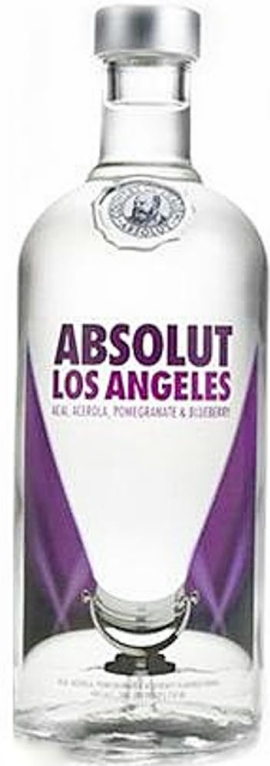
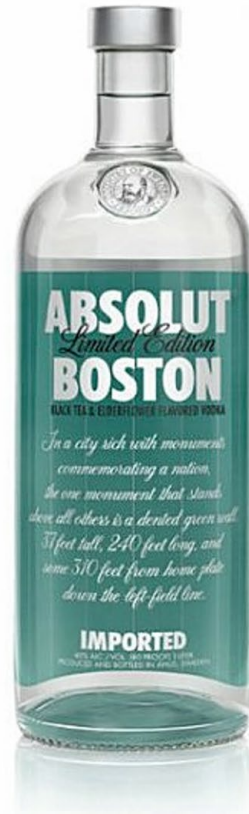
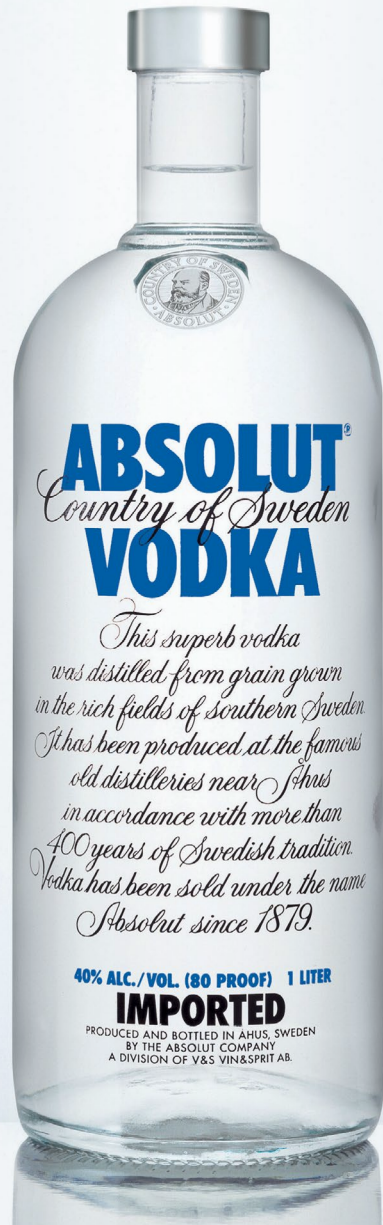
STESSO
TRATTAMENTO
PER LA MARCA
NEL BOLLO.



5

UN BUEN PACKAGING
SE ADAPTA AL MERCADO DE REFERENCIA,
EVOLUCIONA Y SE TRANSFORMA





6

TIENE LA CAPACIDAD DE CREAR
EMOCIÓN Y ASOMBRO





7

Y MÁS ALLÁ DE TODO ÉSTO,
AFRONTA MÚLTIPLES TEMÁTICAS Y ASPECTOS FUNCIONALES:

- PROTEGE AQUELLO QUE CONTIENE DENTRO
- CONSIENTE UN FÁCIL ALMACENAMIENTO
- CONSIENTE UNA FÁCIL DISTRIBUCIÓN
- DA INFORMACIÓN AL CLIENTE
- LLAMA LA ATENCIÓN DEL CONSUMIDOR
- LLAMA LA ATENCIÓN EN LA GÓNDOLA LLENA DE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA



HABLEMOS DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN
A TRAVES DE LOS CUALES
PODEMOS **DIFERENCIARNOS**



ILLUSTRACIÓN



VENTANA



EMBOSSING



FOTOGRAFIA



TIPOGRAFIA



MATERIAL



HABLEMOS DE ITALIA



EN ITALIA EXISTE UNA FUERTE CULTURA
DE LA BELLEZA





EXISTE UNA GRAN ATENCIÓN
AL DETALLE





**UNA ELEVADA CALIDAD
Y PERFECCIONAMIENTO**





POR LO TANTO LA ATENCIÓN AL DISEÑO
Y A LA COMUNICACIÓN TIENEN UN NIVEL MUY ALTO





SAN BENEDETTO
Acqua Minerale Naturale
OLIGOMINERALE



VEAMOS ALGUNAS TENDENCIAS
DEL PACKAGING ITALIANO



DIE CUT





VINTAGE







ILUSTRATIVO





ROSSELLA
ARANCIA
ROSSA



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

60%

Made in Sicily



DONATO
LIMONE
INTERDONATO



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

60%

Made in Sicily



DARINO
MANDARINO
TARDIVO
DI CIACULLI



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

50%

Made in Sicily



NELLA
CANNELLA



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

60%

Made in Sicily



LO SCURO
ZUCCHERO
MASCOBADO



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

70%

Made in Sicily



RAJAH
PEPE BIANCO
DI SARAWAK



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

64%

Made in Sicily



CINO
PEPERONCINO



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

60%

Made in Sicily



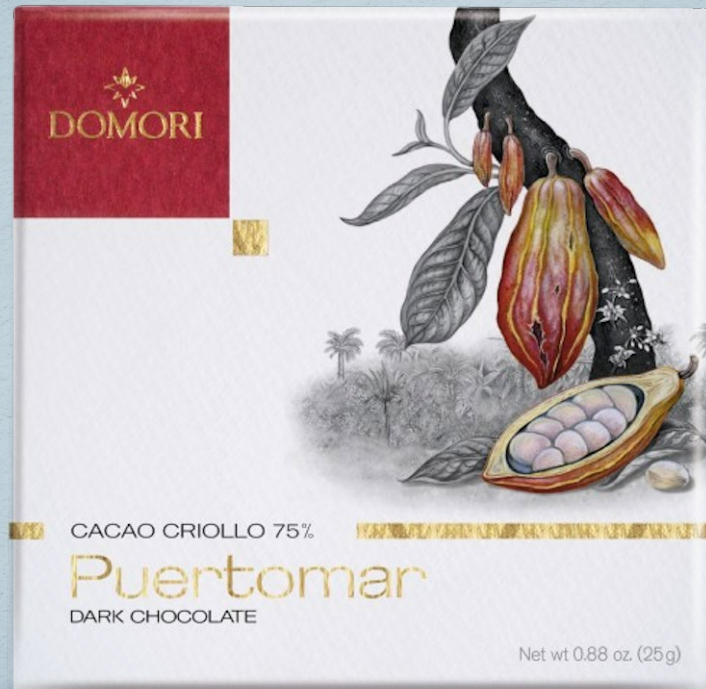
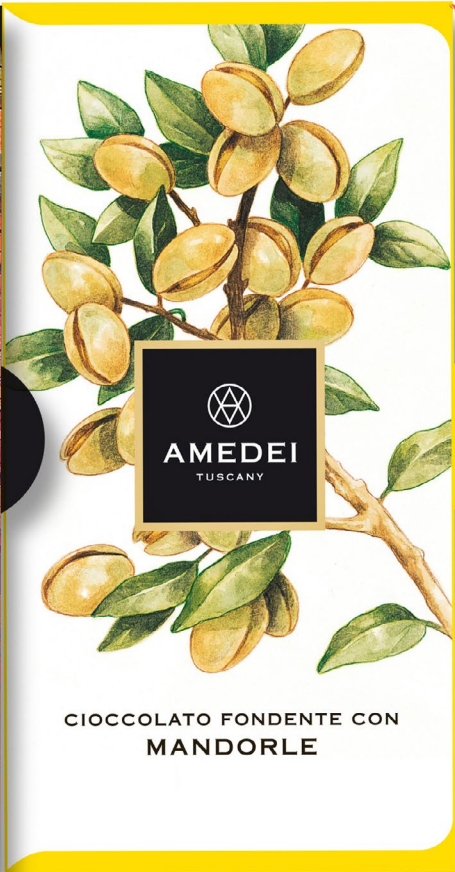
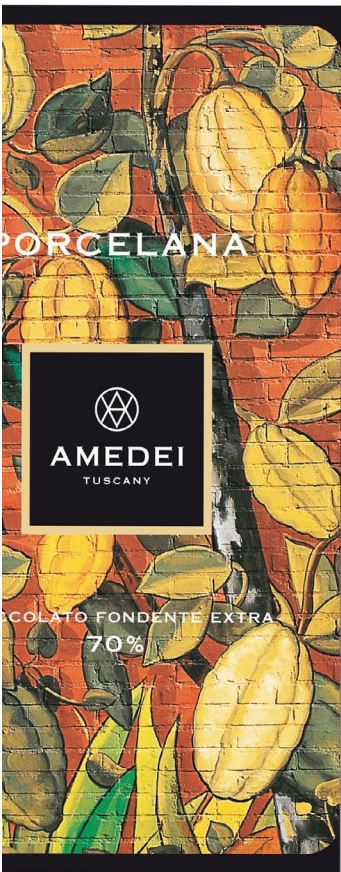
TRITONE
FIOR DI SALE
MARINO
DI TRAPANI



CIOCcolato DI MODICA
BIOLOGICO

85%

Made in Sicily



FORMA





TIPOGRAFIA





MIGRACIÓN





TRANSPARENCIA





FOTOGRAFIA





BIO DOP *bio*

CULTURA BIOLOGICA

Arrigoni

Semplicemente per passione



GLI UNICI
TALEGGIO DOP

Competenza del casaro e abitudini
parallele che portano all'eccellenza

Arrigoni
Semplicemente per passione

Arrigoni
Semplicemente per passione



MABILI & BRUSCHETTE
TO DI PEPERONI
ESCHI E PREZZEMOLO

Arrigoni
Semplicemente per passione



CAMPI D'OLIO
OLIO EXTRA
VERGINE
DI OLIVA

U
Semplicemente per passione



CAMPI ROSSI
PASSATA DI
POMODORO

U
Semplicemente per passione



CAMPI
POLI
POM

U
Semplicemente per passione



MINIMAL





CLÁSICO





VEAMOS ALGUNAS TENDENCIAS
DEL PACKAGING ITALIANO
EN ALGUNOS SECTORES MERCEÓLOGICOS



CAFÉ





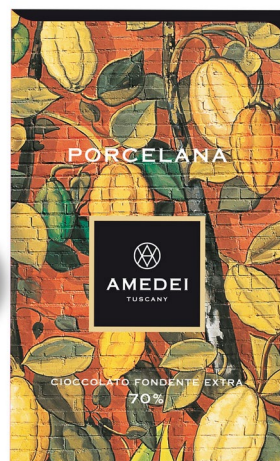
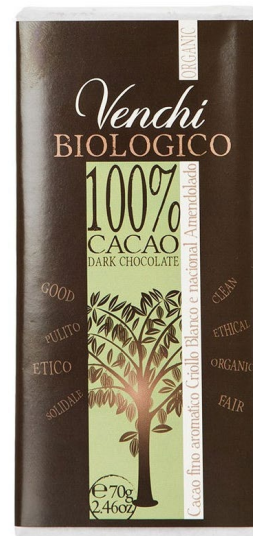
TÉ





CHOCOLATE







ENVASES







EN EL **2015**
EL CONSUMIDOR BUSCA UN PACKAGING
SIMPLE, CLARO Y **TRANSPARENTE.**



TRENDS
DEL FOOD
REFLEJADOS
EN EL PACK

- **ETIQUETA TRANSPARENTE**
- **LA ATENCIÓN A LOS VALORES NUTRICIONALES**
- **RECETAS Y SUGERENCIAS**
La influencia de food blogs y food realities hacen que el consumidor busque productos base para preparar desde cero productos que normalmente compraría ya listos. Como por ejemplo el pan.



TRENDS
DEL FOOD
REFLEJADOS
EN EL PACK

- **“LA GENERACIÓN Y” DICTA LAS REGLAS**

Generación entre los 15 y 35 años. No es fiel a la marca porque está más interesada a la historia que hay detrás de ella o al producto que a la marca en si.

- SNACKS SALUDABLES

- EL CONSUMIDOR BUSCA GRASAS Y AZÚCAR BUENOS

- EL CONSUMIDOR BUSCA NUEVAS PROTEINAS

- EL CONSUMIDOR BUSCA NUEVAS TEXTURAS Y CONSISTENCIAS





LA TENDENCIA DEL SLOWFOOD REFLEJADAS EN EL PACKAGING

Slow Food trabaja en todo el mundo para tutelar la biodiversidad, construir relaciones entre productores y consumidores, mejorar la conciencia del sistema que regula la producción alimentaria



EL PACKAGING ITALIANO SE FOCALIZA PRINCIPALMENTE EN ÉSTOS ASPECTOS:

- LA PROVENIENCIA
- EL MÉTODO DE PRODUCCIÓN
- LA UNICIDAD
- LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO



UN BUEN PACK ITALIANO:
CÓMO Y QUÉ COMUNICA?



CONTENIDO

1 LITRO

TIPOLOGÍA

DE PRODUCTO

LIMONADA



TONO DEL MENSAJE

AMOR MIO, PRUEBA ÉSTA LIMONADA...

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y UNICIDAD

HECHA CON NUESTROS LIMONES DEL GOLFO DEL TIGULLIO Y CON UNA LIGERA ADICIÓN DE FLORES DE SAMBUCO

PROVENIENCIA

PORTOFINO - ITALIA





**TIPOLOGÍA
DE PRODUCTO**

SPAGHETTONI

CONTENIDO

500g

UNICIDAD

RENOMADO MÉTODO DESDE EL 1918

PROVENIENCIA

TIERRA D'OTRANTO - ITALIA

MÉTODO DE PRODUCCIÓN

MÉTODO DELICADO

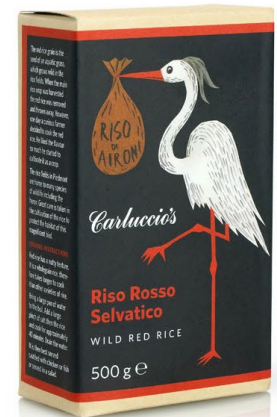
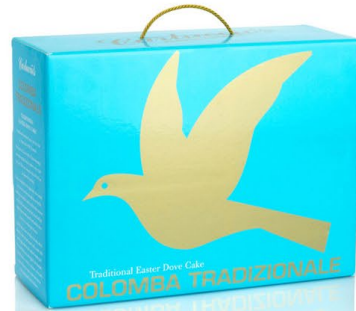
Y CÓMO SE VENDE ITALIA EN ITALIA?





Y CÓMO SE RECONOCE ITALIA EN EL **EXTERIOR**?

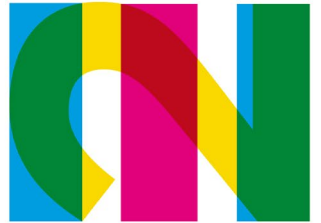
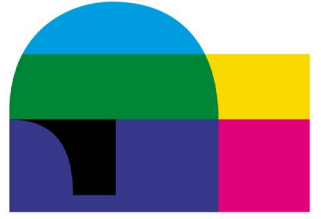






EXPO A MILANO





MILANO



PRODUCTOS DE AMÉRICA DEL SUR
PRESENTES EN EXPO



ECUADOR



ECUADOR



ECUADOR



CHILE



CHILE

Set olio 10€
El amor de Chile



CETRICI DOLCI 6€
El amor de Chile





Argentina

COLOMBIA
ARGENTINA

Aerolineas
Argentinas

ARGENTINA

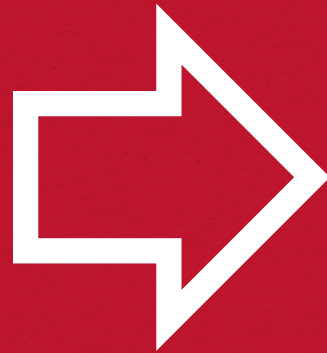


HABLEMOS DEL PERÚ



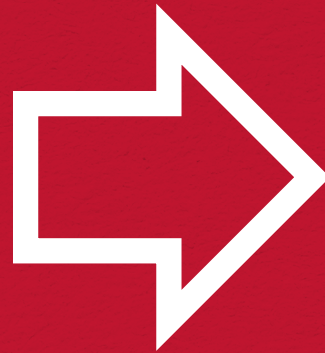


CÓMO SE PRESENTA HOY EL PERÚ EN ITALIA ?





**Y CÓMO SE PRESENTAN NUEVOS POSIBLES
EXPORTADORES ?**





HAGAMOS UNA COMPARACIÓN





ITALIA

PERÚ



UN CASO ESPECIFICO:
LA QUINUA PERUANA
EN EL MERCADO ITALIANO





QUINUA ITALIANA
EN EL MERCADO ITALIANO





HAGAMOS UNA REFLEXIÓN
IMPORTANTE



**EL PERÚ ES UN PAIS RICO
DE ELEMENTOS ICONOGRÁFICOS
Y CONNOTANTES**





**LA PERUANIDAD DE UN PRODUCTO
HOY EN DIA ES CONSIDERADA
UN VALOR AGREGADO**



FRESH ASPARAGUS
PRODUCE OF PERU



FRESH ASPARAGUS
PRODUCE OF PERU



AGRO PARACAS



HAY QUE ENCONTRAR EL MODO JUSTO
PARA COMUNICARLA



HAGÁMOSLO!



GRACIAS

Contactos:

www.packettino.com

mail@packettino.com

Mira nuestro blog:

packettino.tumblr.com

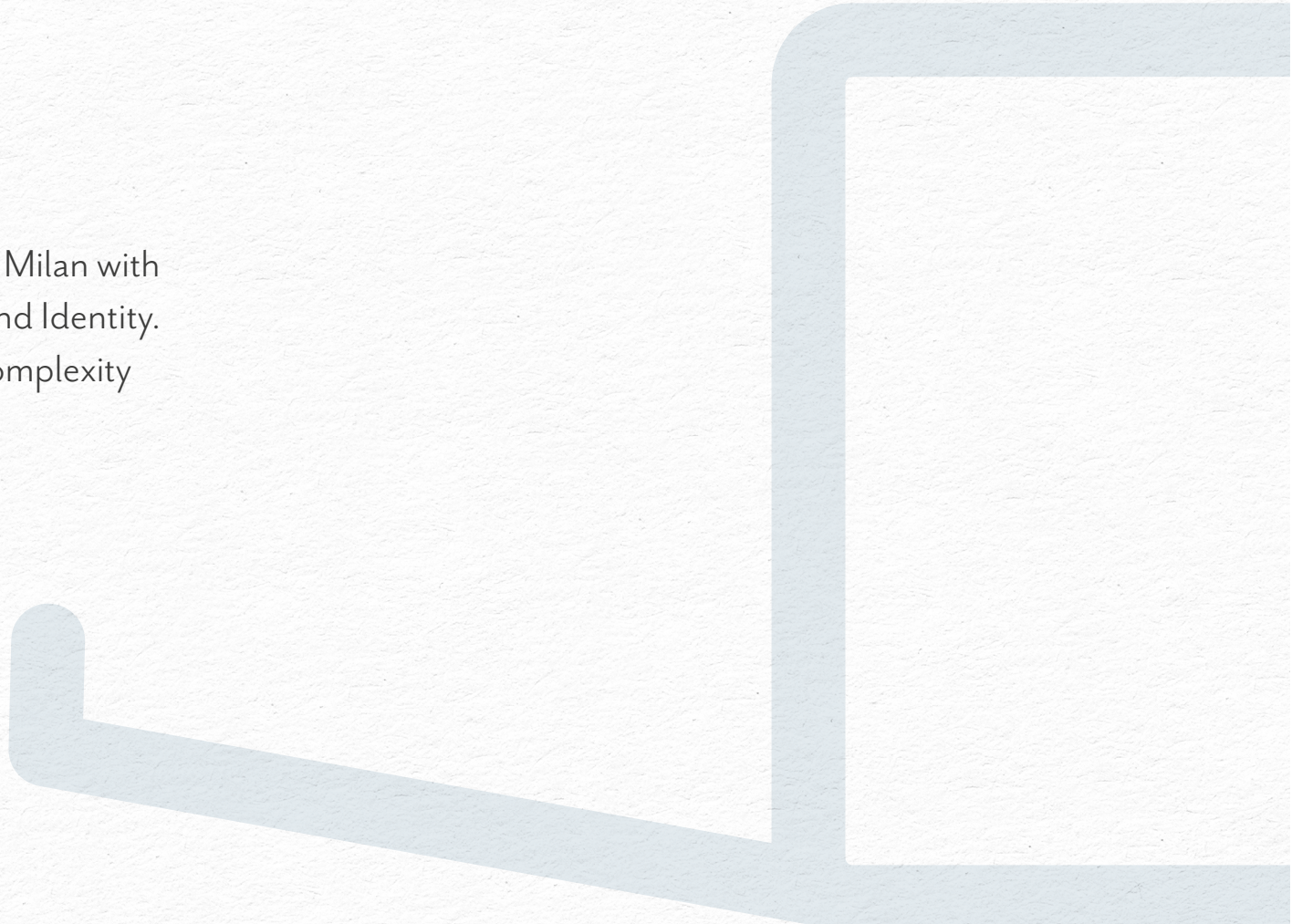

PACKETTINO



PACKETTINO

Packettino is a Design Studio based in Milan with expertise in Packaging Design and Brand Identity. We design with Simplicity, reducing complexity and enhancing the essence.

We make it more Beautiful.



OUR SPECIALTIES



Packaging Design / Brand Identity / Art Direction

PARTNERS



Vania Clarissa Viscardi / Yesenia Rivera Abbiati

Creative Designers with a focus on packaging design, brand identity, photography and type direction. Strong experience and knowhow acquired in international projects and clients. Development of Brand Direction and Design during the whole creative process, from concept to production.



WORKS / CONCEPTS

The range of works goes from mass market products to limited edition products.

Most of the projects you will see have been developed in other professional studios.

PEPSICO - LAY'S GLOBAL NEW PACKAGING REDESIGN





PHOTOGRAPHY





POGGIO SALVI



POGGIO SALVI





PEPSICO - ADRENALINE RESTYLING



Adrenaline RUSH®

VANINI CHOCOLATE LINE UP





PerPasta
Aglio e Peperoncino

Tonno, aglio, peperoncino e prezzemolo

PerPasta
Aglio e Peperoncino

RIO mare

PerPasta
Puttanesca

con Tonno, pomodori, olive e capperi

RIO mare

PerPasta
Puttanesca

con Tonno, pomodori, olive e capperi

2x160g

100%
Mangiar Bene

RIO mare

PerPasta
Ortolana

con Tonno, pomodorini, melanzane, zucchine, peperoni e capperi

100%
Mangiar Bene

PerPasta
na

con Tonno, pomodorini, melanzane, zucchine, peperoni e capperi

2x160g

100%
Mangiar Bene

PerPasta

RIO MARE TUNA FISH LINE UP



RIO MARE TUNA FISH LINE UP



PHOTOGRAPHY





COMALBEST
Il
**CAPO
COLLO**
PRODUZIONE TIPICA
MARTINA FRANCA



COMALBEST
Il
**CAPO
COLLO**
PRODUZIONE TIPICA
MARTINA FRANCA



PACKETTINO



PURE LEAF TEA DRINK





2

LA INCÓGNITA DETERMINADA POR LA APROBACIÓN
DEL CONSUMIDOR ES BASTANTE REDUCIDA



3

TODOS PRODUCTOS EN EL TIEMPO
TIENEN LA NECESIDAD DE RENOVARSE

Es importante ser receptivos a los cambios del mercado
y a las exigencias de los consumidores





IL MONDO DI LAURA / BISCUITS AND PASTRY

TEDDY BERRY

MIRTILLI

FIOCCHI D'AVENA

SCORZA DI LIMONE

SENZA LATTE
SENZA GRASSI
SENZA UOVA

MONDO DI LAURA

BISCOTTIFICIO ARTIGIANALE

The infographic features two Teddy Berry biscuits in the center. To the left, there is a pile of oat flakes labeled 'FIOCCHI D'AVENA'. Above the biscuits, there are two blueberries labeled 'MIRTILLI'. To the right, there are lemon peels labeled 'SCORZA DI LIMONE'. Below the biscuits, there is a circular logo with the text 'SENZA LATTE', 'SENZA GRASSI', and 'SENZA UOVA'. To the right of the logo is a jar icon with 'MONDO DI LAURA' written on it, and below that, 'BISCOTTIFICIO ARTIGIANALE'. Hand-drawn arrows and lines connect the ingredients to the biscuits.

PISTACCHIO TRITATO NATURALE / PISTACCHIO



BEFORE



PISTACCHIO TRITATO NATURALE / PISTACCHIO



AFTER

TRILLI/SNACKS



Trilli

Snack croccanti

Con sale iodato

Con burro e salvia

100g e

PRODOTTO DA FORNO Ingredienti: Farina di grano tenero tipo "00", olio di oliva, burro (6%), salvia (1,3%), sale marino iodato (1%), lievito di birra, zucchero, malto. Potrebbe contenere tracce di pisce, semi di sesamo, frutta a guscio, uova.

CONSERVARE IN LUOGO FRESCO E ASCIUTTO

Prodotto e confezionato da:

Drago

FORNERIA GENOVESE SRL
Vico Boggiano, 5 - 16155 Genova
Tel. 010 6671390 - Fax 010 6989939
E-mail info@dragoforneria.it
www.dragoforneria.it

Da consumarsi preferibilmente entro:
vedi retro sacchetto

SENZA
CONSERVANTI

Informazioni nutrizionali per 100 g

Energia	1837 kJ / 437 kcal
Grassi	14,34 g
di cui acidi grassi saturi	4,92 g
Carboidrati	66,29 g
di cui zuccheri	4,89 g
Fibre alimentari	4,09 g
Proteine	8,66 g
Sale	1,65 g



È vietata la foto-scopia di spaccare il prodotto.

BEFORE



TRILLI/SNACKS



TRILLI

Snack Croccanti
Burro e Salvia

*con Sale
iodato*



100g e

SENZA
CONSERVANTI

PRODOTTO DA FORNO Ingredienti: Farina di grano tenero tipo "00",
olio di oliva, burro (6%), salvia (1,3%), sale marino iodato (1%),
lievito di birra, zucchero, malto. Potrebbe contenere tracce di nias, semi di
sesamo, frutta a guscio, uova. CONSERVARE IN LUOGO FRESCO E ASCIUTTO.

Prodotto e confezionato da:

Drago

Viro Roggiano, 5 - 16155 Canova
Tel. 010 6671390 - Fax 010 6989939
E-mail info@dragofornaria.it
www.dragofornaria.it
Da consumarsi preferibilmente entro:
vedi retro sacchetto

Informazioni nutrizionali per 100 g	
Energia	1837 kJ / 437 kcal
Grassi	14,34 g
di cui acidi grassi saturi	4,92 g
Carboidrati	66,20 g
di cui zuccheri	1,69 g
Fibre alimentari	4,09 g
Proteine	5,66 g
Salte	1,65 g



Le immagini, il logo, il marchio di presentazione e il prodotto



AFTER


PACKETTINO

THANKS

Contacts:

www.packettino.com

mail@packettino.com

Check our blog:

packettino.tumblr.com


PACKETTINO