

PACKAGING. L'EFFETTO SORPRESA È ASSICURATO PER LE NUOVE CONFEZIONI

👤 11 gennaio 2012 📁 Packaging 👁 5,612 Visto



Il packaging è uno dei punti più innovativi e interessanti del marketing alimentare. In questo sito abbiamo parlato più volte di imballaggi e di nuovi sistemi per migliorare la conservazione del cibo, adesso vi proponiamo una carrellata di nuove idee. Si tratta di proposte divertenti e funzionali, riprese dal sito [Creative Guerrilla Marketing](#) che si occupa di pubblicità e comunicazione virale.

Il sito ha raccolto le idee più curiose e interessanti, frutto di nuovi investimenti nella ricerca. L'obiettivo è combinare colori, forme, simboli e parole per realizzare confezioni capaci di attirare il consumatore. La creatività, l'intelligenza e l'effetto sorpresa sono abilmente impiegati dagli esperti per focalizzare l'attenzione del cliente e far sì che il

prodotto rimanga impresso nella memoria.

Non possiamo che riconoscere la bravura di questi professionisti, senza dimenticare che il loro fine è vendere, sta poi ai consumatori scegliere un prodotto di qualità, a prescindere dalla confezione accattivante, magari privilegiando i contenitori eco-compatibili.

Ecco alcune immagini di packaging alimentare innovativo:



Miele Klein Constantia farm



Quick Fruit



Bottiglia "green" di carta di 360°



Scanwood



Origami tè



Succo Gloji



Dolce da forno



Calice di vino



Vino in lattina





Vodka Smirnoff

Valeria Nardi

Foto: Creativeguerrillamarketing.com

Articoli correlati:

[Vino in bottiglie di carta: dall'Inghilterra un packaging innovativo per ridurre l'impatto ambientale](#)

[Dossier Conai: 42 marchi modificano le confezioni e gli imballaggi per rendere i materiali più ecocompatibili](#)

[Efsa: finalmente le linee guida per la valutazione dei rischi di migrazione dei materiali sintetici a contatto con gli alimenti](#)
