



# RUOLO DEL PACKAGING



## RUOLO DEL PACKAGING A\_INTRODUZIONE



## IL RUOLO DEL PACKAGING NEL RETAIL OGGI VA OLTRE AL SEMPLICE

- essere contenitore per il prodotto
- protezione del prodotto
- esporre e illustrare la merce



## RUOLO DEL PACKAGING A\_INTRODUZIONE



INOLTRE CI SONO UNA SERIE DI PERSONE (IN ERGONOMIA: UTENTI) IN CONTATTO DIRETTO O INDIRETTO CON IL PACKAGING.

- 1 – Designer
- 2 – Produttori
- 3 – Responsabili di logistica e stoccaggio
- 4 – Merchandiser
- 5 – **Consumatore**
- 6 – Cassiera
- 7 – Operatore ecologico
- 8 – Azienda di riciclaggio



## RUOLO DEL PACKAGING B\_OPERATORE



### RAPPORTO TRA PACKAGING E OPERATORE CAMBIA ?

Questioni legati al caricamento dello scaffale, o la gestione della scansione della merce rimangono un punto “di conflitto” importante tra operatore e packaging.





## SOLLEVARE, PORTARE, POGGIARE

Le problematiche legate a questo tipo di attività si incontra non solo nelle aree di stoccaggio, ma anche nella zona vendita:

- Caricamento Scaffale
- Rilevamento merce alla cassa



## SOLLEVARE, PORTARE, POGGIARE

### ATTIVITA' ORGANIZZATA IN MANIERA IDONEA

Nell'area delle casse viene adottato il principio della definizione dell'**area di presa**.

Secondo la frequenza della presa al minuto, determinate operazioni di manipolazione e/o immissione dati devono essere compiuti all'interno di queste aree.



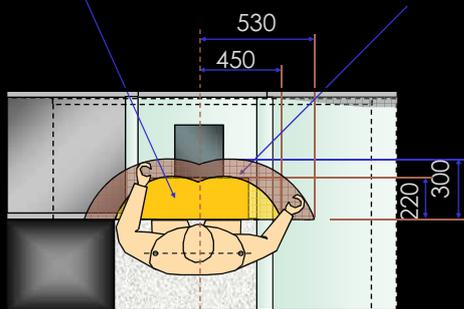


SOLLEVARE, PORTARE, POGGIARE

POSIZIONE SEDUTA

AREA DI PRESA  
PICCOLO FUNZIONALE

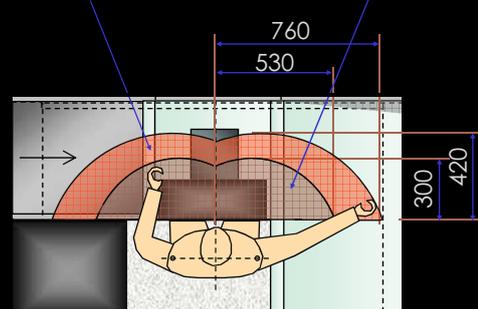
AREA DI PRESA  
MASSIMA



POSIZIONE SEDUTA

AREA DI PRESA  
PICCOLO  
MASSIMALE

AREA DI  
PRESA  
GRANDE  
MASSIMALE



SOLLEVARE, PORTARE, POGGIARE

PROBLEMATICHE

Oggetti ingombranti

Troppi oggetti costringono a  
compiere "acrobazie"



RUOLO DEL PACKAGING  
**B\_OPERATORE**



**SOLLEVARE, PORTARE, POGGIARE**  
**PROBLEMATICHE**

Leggere il codice a barra



RUOLO DEL PACKAGING  
**B\_OPERATORE**



**SOLLEVARE, PORTARE, POGGIARE**  
**AZIONI DI MIGLIORAMENTO**

- Applicazione di più etichette rilevabili per il prodotto
- Utilizzo della pistola scanner a mano per merce pesante
- Uso di tabelle con codici "veloci"
- Modificare passaggio della merce (CONCETTO C&C)





## RAPPORTO TRA PACKAGING E CONSUMATORE

La quantità di informazione "trasmissibile" diventa sempre più complesso



## RAPPORTO TRA PACKAGING E CONSUMATORE

Il cliente diventa autonomamente operatore





## RAPPORTO TRA PACKAGING E CONSUMATORE

Un numero sempre crescente di consumatori ha particolari difficoltà di mobilità e orientamento.

MA:

L'UTENTE **NON "LAVORA"** NEL PUNTO VENDITA. PER QUESTO MOTIVO NEL MAGGIOR PARTE DEI CASI L'UTENTE **NON VIENE CONSIDERATO DETERMINANTE NELLA PROGETTAZIONE** DI ALCUNE ARREDI.



## RAPPORTO TRA PACKAGING E CONSUMATORE

Un numero sempre crescente di consumatori ha particolari difficoltà di mobilità e orientamento.

DI CONTRO L'UTENTE DEVE **POTERSI ORIENTARE** IN UN AMBIENTE SCONOSCIUTO. INOLTRE A VOLTE SONO SUPERFICI ENORMI E CONFUSIONARI.





## RAPPORTO TRA PACKAGING E CONSUMATORE



Un numero sempre crescente di consumatori ha particolari difficoltà di mobilità e orientamento.

IL PUNTO VENDITA E' **APERTO A TUTTI**: PER QUESTO MOTIVI LA PROGETTAZIONE DEVE TENERE CONTO DELLE **CARATTERISTICHE** DI "TUTTI", QUINDI DEVE **INCLUDERE** LE ESIGENZE DI **BAMBINI, ANZIANI, DIVERSAMENTE ABILI, ETC.**



## PROPOSTE / AREE PROGETTUALI



A) SVILUPPO E PROGETTO DI  
ATTREZZATURE PIU'  
ERGONOMICI

- Espositori
- Scaffalatura leggera e pesante
- Display e interfacce
- Banconi di Gastronomia / Self Service
- Banconi cassa / Self Check Out
- Attrezzature Retrobanco



## PROPOSTE / AREE PROGETTUALI

### B) PROGETTO DELLA DISPOSIZIONE DEGLI ARREDI PIU' IDONEO ALL'USABILITY

- oggetti pericolosi (lame, coltelli etc) fuori portata dei bambini
- elettricità protetta da tutte le eventualità di avvicinamento (pulizia, bambini, operatori)
- Servizi igienici e altri servizi accessibili per tutti



## PROPOSTE / AREE PROGETTUALI

### C) COMUNICAZIONE UNIVERSALE E UNIVOCO

Stesso simbolo per stesso significato (importante anche uso del colore)





PROPOSTE / AREE PROGETTUALI

**D) PACKAGING COMUNICANTE**

Braille Alphabet:

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
k	l	m	n	o	p	q	r	s	t
u	v	w	x	y	z				
!	'	,	-	.	?	Capital			

Numbers:

#	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

MILLE DIFFICOLTA' PER  
ORIENTARSI E INFORMARSI

Braille Mobile Phone



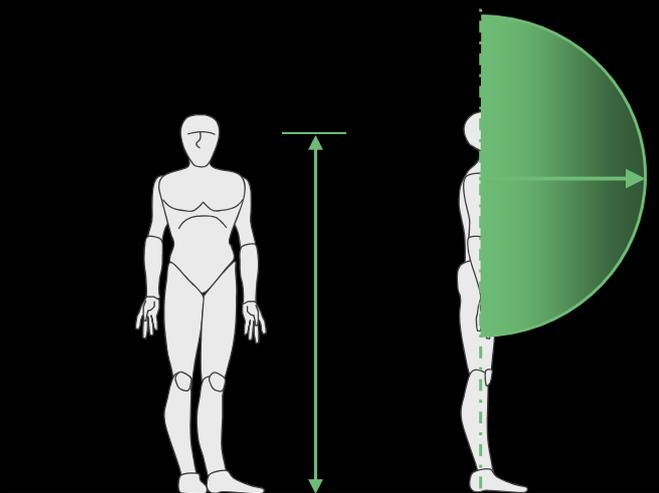
STRUMENTI





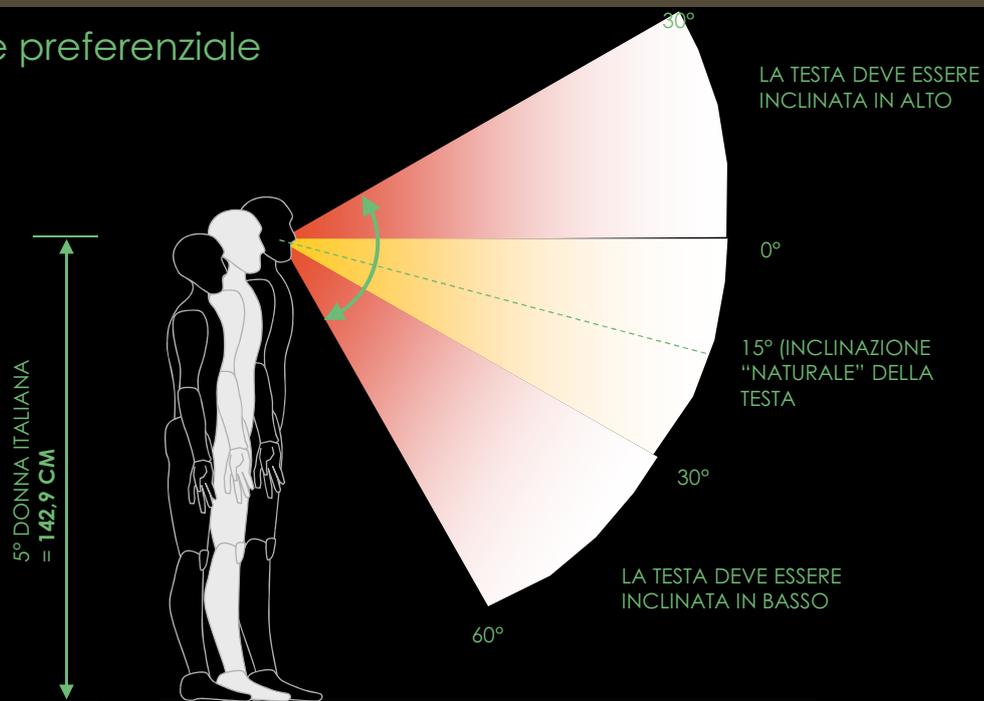
## STRUMENTI

Altezza degli occhi in posizione eretta  
e dimensioni antropometriche per al presa



## STRUMENTI

Area visuale preferenziale

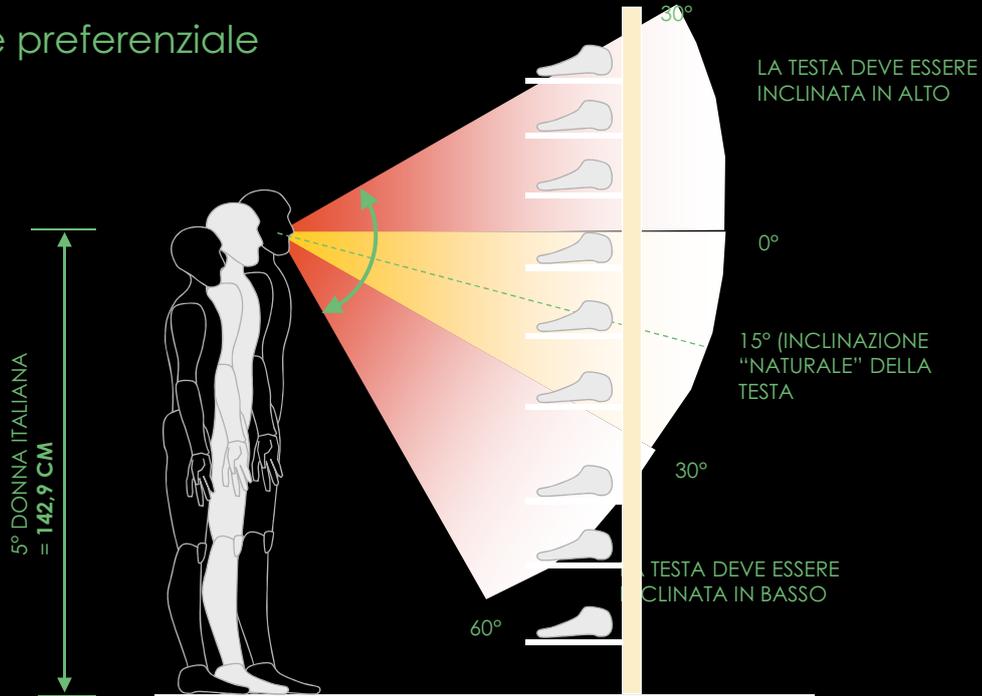


# RUOLO DEL PACKAGING D\_REQUISITI PROGETTUALI



## STRUMENTI

### Area visuale preferenziale



# RUOLO DEL PACKAGING E\_ESEMPI



## STRUMENTI

### Analisi

POLITECNICO DI TORINO 1ª Facoltà di Architettura Corso di Laurea in GRAPHIC & VIRTUAL DESIGN  
prof. Stefano Andreola

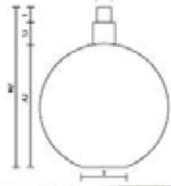
#### CONFRONTO DI DUE OGGETTI

Chanel è una celebre casa di moda francese, fondata da Coco Chanel nel 1909 a Parigi. La maison è oggi presieduta dal fashion designer tedesco Karl Lagerfeld.

Non diede solo una svolta al mondo della moda ma per la prima volta valorizzò la donna e ruppe la corteo fitta che impediva di vedere il sesso femminile al pari di quello maschile.

La "patta ciudurena" Coco è servita dalle sfilate e dalla classe ai quali non rinunciò mai, conferendo unicità e originalità ad ogni sua creazione.

Chanel è per tutte le donne, sempre giovane, elegante e diede alla donna un'importanza maggiore nel mondo del lavoro, usando una semplice giacca di taglio maschile ad una gonna e premendole così a ciò lo industriale di mobilitare la propria femminilità.



POLITECNICO DI TORINO 1ª Facoltà di Architettura Corso di Laurea in GRAPHIC & VIRTUAL DESIGN  
prof. Stefano Andreola

#### CONFRONTO DI DUE OGGETTI

La bottiglia Chanel ha una forma di imitazione fatta da rendere l'oggetto poco riconoscibile. L'impugnatura risulta difficile, soprattutto per una donna, non tenerla e tenerla nella mano sotto sforzo.

L'impugnatura del profumo è limitata alle parti del corpo facilmente raggiungibili, questo viene determinato dallo sforzo di impaginare che serve i movimenti del resistente braccio.

La funzionalità è praticità di questo oggetto è di questi oggetti.

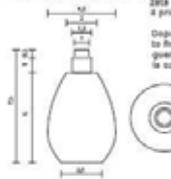
L'azienda, in tutte le sue linee di prodotti, utilizza pack simili molto ingombranti e difficili da impaginare. Questo perché è costata per ogni movimento (movimento e i concetti dei primi profumi prodotti dall'azienda come Coco Chanel e Chanel N°5) ma sono molto più costosi da tenere in mano in quanto praticità. In questo caso è stata supportata con quel sorta di impugnatura, infatti assieme molto ingombrante la bottiglia ha una forma sferica che non muove la presa. Per rendere il prodotto "ergonomico" bisognerebbe, anche mantenendo la stessa forma, ridurre il diametro. Altra miglioria potrebbe essere adottata rendendo la struttura più solida.



#### Christian Dior J'Adore

Christian Dior (Granville, 21 gennaio 1905 - Montecatini, 24 ottobre 1957) è stato uno stilista e imprenditore francese che risanò nel dopoguerra la moda parigina quando si trovò abbandonata dalla concorrenza dei sarti statunitensi ed italiani, ridandole il primato internazionale.

Dopo aver aperto un suo atelier a Parigi nel 1946 con l'aiuto finanziario di Marcel Boussac, si rese del cotone, portò la guerra direttamente nel in campo avversario presentando la sua linea a corolla della new look del 1947 in America, dove aprì nel 1949 la boutique Dior New York. Il suo look rappresentò il grande ritorno della gonna lunga a forma di corolla a venti centimetri dal suolo (e fu di non poco aiuto alla ripresa dell'industria tessile), e così si agguagliarono le spalle arrotondate e la taglia piccola.



#### Dior

La bottiglia Dior, al contrario di quella Chanel, rispetta i requisiti ergonomici. La facilità di impaginare è garantita dalla stessa ridotta ed affilata del pack. La mano non è soggetta a sforzi e si muove comodamente e con naturalezza intorno a questo forma cilindrica con la parte superiore (il "pennello" del dito) più benedetta rispetto alle altre. Questa struttura è stata progettata proprio per facilitare l'azione del dito che preme il rubinetto mentre il peso della mano tiene ben stretta la bottiglia. Particolarmente tutta la mano è in contatto con il vetro del polso e non le falangi delle dita. La funzionalità di questo pack è elevata: si possono raggiungere tutte le parti del corpo in quanto nella risulta essere sotto sforzo. L'azienda in questione non proprio brand e utilizza proprio questa forma affilata e adatta per tutta la sua linea di prodotti. Questa forma viene realizzata con l'applicazione di un tipo di forma concava che ne sostiene convenientemente la base.





# RUOLO DEL PACKAGING E\_ESEMPI



## STRUMENTI

### Proposta

POLITECNICO DI TORINO - 1<sup>a</sup> Facoltà di Architettura - Corso di Laurea in PROGETTO GRAFICO E VIRTUALE - Corso di ESERCIZIOMIA APPLICATA AL DISEGNO INDUSTRIALE - a.a. 2008/2009 - Prof. Andrea Bollinger - ESERCITAZIONE 3 - Fustino Dixan: packaging - 6<sup>o</sup> Modulo - 1<sup>a</sup> Edizione - 7<sup>o</sup> Piano

**Sceita packaging**

Il nuovo packaging del detergente lo pastoso Dixan è stato studiato per soddisfare i requisiti di praticità e comodità delle grasse. Attraverso la nuova confezione l'utente sarà facilitato nel trasporto del prodotto grazie al manico e alla sagoma della confezione che, essendo curva, rimane più vicina al corpo.

**Manico ergonomico** per facilitare il trasporto, di praticità e comodità della presa.

**MATERIALE: PLASTICA**, resistente, stile particolare, idoneo all'uso e al trasporto.

**FORMA CON SPIGOLI SMUSSATI** per rendere il packaging più sicuro e gestire per l'utente.

**GRAFICA CHIARA** L'immagine del prodotto è stata mantenuta perché il grafico sia riconoscibile dall'utente.

**OTTIMIZZAZIONE DELLA PRESA**

La nuova forma della confezione segue una struttura che permette di incorporare in parte la sagoma umana. La distanza al corpo permette di dimostrare lo stesso distanza l'affollamento e il trasporto.

**Condire si fanno ben vedere e pesantemente in giro fatto per facilitare il lavoro della vendita, sicurezza e maneggiare un oggetto ingombrante e pesante.**

**SISTEMA DI APERTURA**

**TAPPO IN PLASTICA** di facile apertura.

SCHEMA 1.20

# RUOLO DEL PACKAGING E\_ESEMPI



## STRUMENTI

### Proposta

POLITECNICO DI TORINO - 1<sup>a</sup> Facoltà di Architettura - Corso di Laurea in PROGETTO GRAFICO E VIRTUALE - Corso di ESERCIZIOMIA APPLICATA AL DISEGNO INDUSTRIALE - a.a. 2008/2009 - Prof. Andrea Bollinger - ESERCITAZIONE 3: Packaging - 6<sup>o</sup> Modulo - 1<sup>a</sup> Edizione - 7<sup>o</sup> Piano

**NUOVO PACKAGING**

Il Packaging ha una base fissa e il manico è mobile, può aprirsi e chiudersi con un unico gesto. Il manico è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto. Questo manico è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto.

**CARATTERISTICHE**

Il packaging è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto. Questo manico è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto.

**Tipi di presa**

La particolare forma del packaging permette all'utente di effettuare un gesto unico e completo con la confezione. Questo gesto è il prendere il prodotto e il trasportarlo. Il packaging è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto.

**MAXXELLA ESTRIBILE**

Per una presa ancora migliore, il manico è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto.

**VECHIO PACKAGING**

Il vecchio packaging era molto scomodo e poco sicuro. Il nuovo packaging è stato studiato per essere comodo e sicuro, con un design che si integra con il corpo del prodotto.

SCHEMA 1.20

POLITECNICO DI TORINO - 1<sup>a</sup> Facoltà di Architettura - Corso di Laurea in PROGETTO GRAFICO E VIRTUALE - Corso di ESERCIZIOMIA APPLICATA AL DISEGNO INDUSTRIALE - a.a. 2008/2009 - Prof. Andrea Bollinger - ESERCITAZIONE 3: P.O.P. - 6<sup>o</sup> Modulo - 1<sup>a</sup> Edizione - 7<sup>o</sup> Piano

**POINT OF PURCHASE**

Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova.

**PACKAGING**

Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova.

**GLI UTENTI**

Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova.

**PUNTO DI VISTA**

Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova.

**PROIEZIONE ORTOGONALI**

Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova.

**ESIGENZE DEDICATE**

Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova. Il packaging è studiato in relazione con il luogo in cui si trova.



Il futuro?



PROGETTO DI UN PACKAGING PER L'ANNAFFIATOIO

1 GIOCOSO – UTENTE BAMBINI





PROGETTO DI UN PACKAGING PER L'ANNAFFIATOIO

2

MULTIFUNZIONALE – UTENTE PROFESSIONISTA



PROGETTO DI UN PACKAGING PER L'ANNAFFIATOIO

L'ESERCITAZIONE CONSISTE IN UNA TAVOLA A3  
DI PROGETTO CONTENENTE:

- ANALISI TARGET UTENTE
- ANALISI/INDICAZIONE PUNTO DI VENDITA
- TIPO DI ESPOSIZIONE/MERCHANDISING
- TIPO DI MATERIALE PER IL PACKAGING
- PROGETTO DEL PACKAGING CON
  - DISEGNO TECNICO IN SCALA
  - SEQUENZA CON INDICAZIONE DI FUNZIONAMENTO E USABILITA' DEL PACKAGING





**PROGETTO DI UN PACKAGING PER L'ANNAFFIATOIO**

**INOLTRE VIENE RICHIESTO LA COSTRUZIONE DEL  
PACKAGING (PROTOTIPO) CON IL MATERIALE A  
SCELTA DEL GRUPPO DI STUDENTI.**

