

# PACKAGING DESIGN E PUBBLICA UTILITÀ



**Sperimentazioni in cartone per comunicare la sicurezza domestica. Una ricerca del Politecnico di Milano (e un libro), realizzati con il contributo di Comieco\*, dimostrano che la presenza di un imballaggio nell'ambiente domestico e la "non convenzionalità" del supporto, trasformano il packaging in un medium in grado di orientare i consumatori/cittadini verso nuovi modi di agire e di pensare.** *A cura di Erik Ciravegna*

L'imballaggio si offre come strumento comunicativo non convenzionale poiché, secondo le logiche della "comunicazione virale" e dei supporti below the line, contribuisce a diffondere un messaggio attraverso un supporto inaspettato, in un ambiente inaspettato e in un momento inaspettato.

Non è più solo dunque "scocca" o "involtucro" destinato a conservare, proteggere e trasportare un contenuto o, ancora, una "interfaccia" che facilita l'uso o il consumo di un prodotto, ma vero e proprio medium che si riconfigura per diffondere contenuti diversi: promuove prodotti o servizi per fidelizzare il consumatore, sponsorizza iniziative culturali o sportive, fino alle campagne informative su temi di pubblica utilità (l'esempio forse più noto è il "missing" riportato sulle confezioni del latte negli Stati Uniti, con le foto di persone scomparse e alla cui ricerca vengono chiamati in pratica tutti i cittadini).

## CAMBIARE PROSPETTIVA

Rispetto a mezzi di comunicazione più tradizionali, come la televisione o il giornale, il packaging di fatto "coglie di sorpresa" il destinatario, stimolandone l'interesse e la curiosità in mancanza di abitudini pregresse che rischiano di affievolire l'attenzione e l'efficacia del messaggio.

Proprio in questa prospettiva, è stata compiuta al Politecnico di Milano, finanziata da Comieco, una sperimentazione progettua-

le (responsabile professoressa Valeria Bucchetti), che ha visto l'utilizzo di un packaging in cartone per veicolare contenuti informativi di interesse collettivo riferiti al tema della sicurezza in famiglia: una campagna sociale, dunque, diffusa attraverso un supporto non convenzionale - nello specifico, una scatola per pizza - durante il consumo di un prodotto alimentare all'interno dell'ambiente domestico. La sperimentazione ha coinvolto un gruppo di professori e ricercatori del Dipartimento di Design, la cui partecipazione ha consentito un approfondimento del tema e una messa a fuoco delle sue implicazioni, e di alcuni giovani designer, formati presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, che hanno sviluppato 14 soluzioni progettuali utilizzando linguaggi (fotografico, illustrativo, tipografico), stili e retoriche differenti al fine di veicolare con efficacia la campagna di sensibilizzazione sul tema della sicurezza domestica.

Il lavoro svolto si innesta su un filone di ricerca attivo al Politecnico di Milano nell'area del Design della comunicazione, che pone al centro dell'indagine proprio il packaging e le sue qualità, per identificare spazi di sperimentazione e tracciare nuovi percorsi di innovazione, con una particolare attenzione alla dimensione sociale del progetto.

Importante è stato il coinvolgimento della filiera cartaria: Comieco, grazie in particolare a Eliana Farotto, ha promosso e sostenuto

**Supporti non convenzionali** (in questo caso le scatole per pizza) possono diventare il veicolo di contenuti informativi di interesse collettivo come la sicurezza in ambito domestico. Esempi della sperimentazione condotta dal Dipartimento di Design - Politecnico di Milano, con il supporto di Comieco, Gifco, Cuboxal, Liner Italia, Ceper.

**Unconventional substrates** (in this case pizza cases) can become the vehicle for information content of collective interest such as home safety. Examples of experiments carried out by the Design Department of the Politecnico di Milano with the practical support of Comieco, Gifco, Cuboxal, Liner Italia, Ceper.

nuto l'iniziativa, a cui ha preso parte Gifco-Assografici, referente per il settore del cartone ondulato, e alla quale Cuboxal e Liner Italia hanno offerto le proprie competenze tecniche a supporto della ricerca progettuale, in qualità di rappresentanti del comparto produttivo e di trasformazione. A questo processo di progettazione "partecipata" ha offerto un ulteriore punto di vista Ceper, che ha contribuito al progetto facendo da raccordo con l'esperienza professionale maturata nel settore della sicurezza.

I risultati della ricerca progettuale sono presentati all'interno del volume "Packaging design e pubblica utilità" (Edizioni Dato, 2012) a cura di Erik Ciravegna e Umberto Tolino, con saggi di Valeria Bucchetti, Cesira Macchia e Salvatore Zingale (Politecnico di Milano) e contributi di Piero Attoma (Comieco), Giovanni Baule (Politecnico di Milano), Marco Di Bernardo (Gifco-Assografici), Vittorio Torriero, Alessandra Torriero e Jacopo Pasetti (Ceper).



**Che pizza...  
gli incidenti domestici!**  
Paolo Slongo



**Infografica ingredienti**  
Silvia Acerbi



**Occhio a dove metti i piedi**  
Stefano Agabio



**Ahia! Il cartone "vittima"**  
Silvia Acerbi



**Esercizi di memoria**  
Marta Croce



**Manuale "distruzione"**  
Paola Slongo



**Trompe l'œil degli incidenti**  
Silvia Acerbi



**Mani sporche?**  
Stefano Agabio



**I mostri non stanno  
solo sotto il letto**  
Simona Bonafini



**Piccole disattenzioni  
quotidiane**  
Martina Elisa Cecchi



**Non toccare!  
Pericolo di ustione**  
Simona Bonafini



**La sicurezza non  
è questione di fortuna**  
Agnese Rodriguez



**Mostri immaginari,  
incidenti reali**  
Deborha Dal Degun



**Analisi di un incidente**  
Marta Croce



## Packaging design and public utility

**EXPERIMENTS IN CARDBOARD** for communicating home safety. A research of the Politecnico di Milano (and a book ), realized with the contribution of Comieco\*, show how the presence of a packaging in the home and it's unconventional support transform it into a medium capable of orienting consumers/citizens toward new ways of thinking and behaving.

By Erik Ciravegna

Packaging presents itself as an unconventional communication tool because, following the logic of viral marketing and below the line media, it contributes to spreading a message through an unexpected medium, in an unexpected place and at an unexpected time. It is therefore no longer a "shell" or "wrapping" for preserving, protecting and transporting its contents, or even an "interface" that facilitates the use or consumption of a product, but a medium that is reconfigured to send different messages: promoting products or services to gain the customer's loyalty, sponsoring cultural or sports initiatives, or awareness campaigns in areas of public utility (the most widely-known example is the photo of a missing child on the milk carton in the United States, effectively calling on all citizens to help in the search).

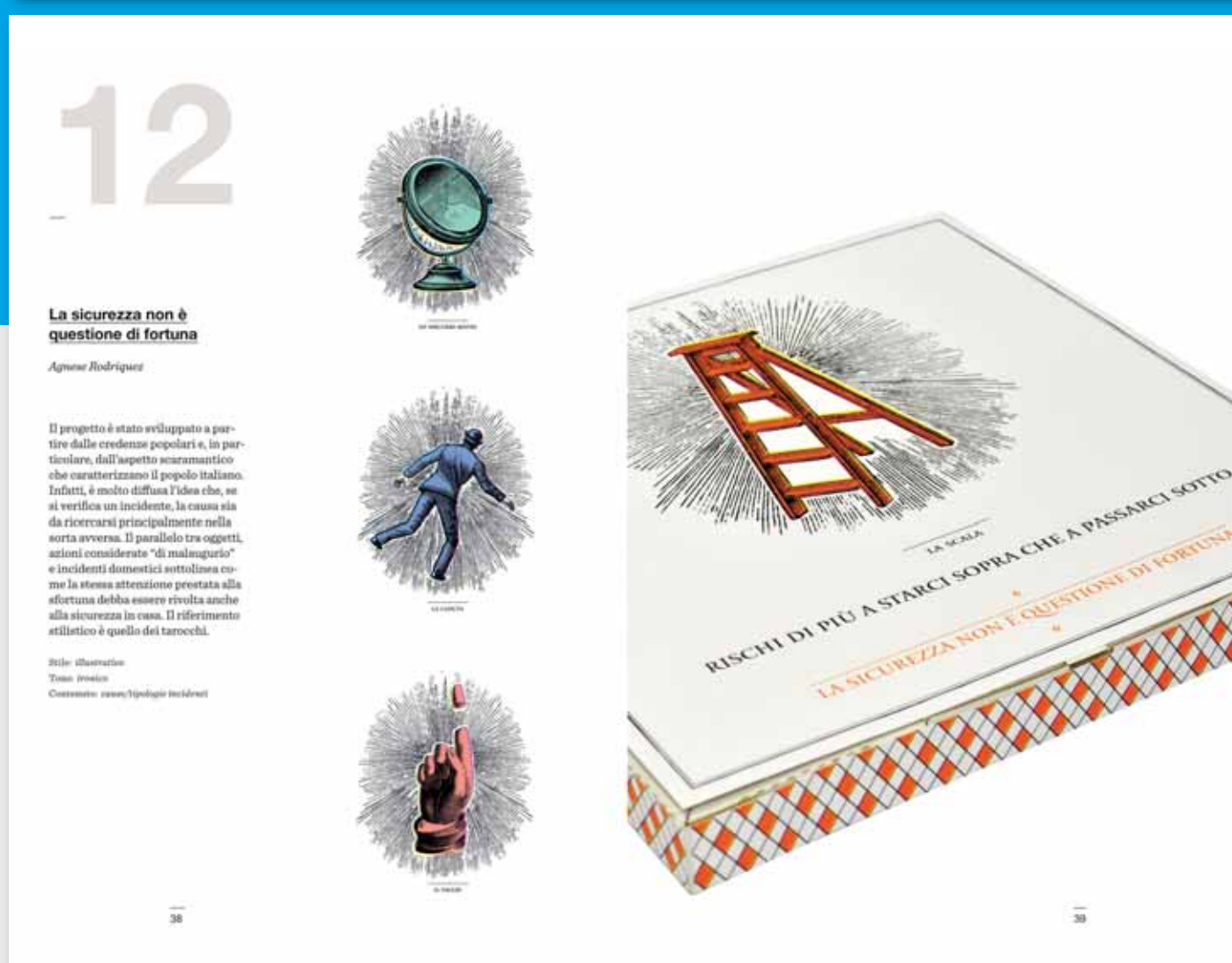
**CHANGING OUTLOOKS**  
Compared to more traditional means of communication like television and newspapers, packaging takes the target audience by surprise, piquing their interest and curiosity, without the previous habits that risk weakening the attention on and effectiveness of the message. With this same outlook, an experimental project was developed at the Politecnico di Milano with the contribution of Comieco (under the direction of prof. Valeria Bucchetti), which saw the use of a cardboard packaging as a vehicle for socially useful information on home safety: a public service announcement, then, disseminated using an unconventional medium - specifically, a pizza box - during consumption of a food product in the home. In the experiment was involved a group of professors and researchers of the Politecnico's Department of Design, whose participation enabled



delving deeper into the topic and a focus on its implications, as well as some young designers trained at the Politecnico's School of Design, who have developed 14 design solutions, employing different languages (photographic, illustrative, typographic), styles and rhetorics in order to effectively carry the home safety awareness campaign. This work fits into a current of active research at the Politecnico di Milano in the area of Communication Design, which puts packaging and its properties at the center of an investigation to identify experimental spaces and trace new pathways to innovation, with particular attention to the design's social dimension. Important, on this topic, proved the involvement of the paper industry: Comieco was, thanks in particular to Eliana Farotto, the initiative's main proponent and facilitator, counting on the participation of Gifco -Assografici, representing the corrugated cardboard industry, with Cuboxal and

Liner Italia offering their technical expertise in support of the research project as representatives of the production and converting sectors. Ceper, which contributed to the project by acting as coordinator with its experience in the safety sector, offered another point of view in this process of "participatory" design. The results of the research project were presented in a recently published book ("Packaging design and public utility" by Erik Ciravegna and Umberto Tolino, Edizioni Dativo, 2012), with writings by Valeria Bucchetti, Cesira Macchia and Salvatore Zingale (Milan Polytechnic) and contributions by Piero Attoma (Comieco), Giovanni Baule (Milan Polytechnic), Marco Di Bernardo (Gifco-Assografici), Vittorio Torriero, Alessandra Torriero and Jacopo Pasetti (Ceper).

\* Comieco - Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo Imballaggi a base Cellulosica



ED Edizioni Dativo

BLOG