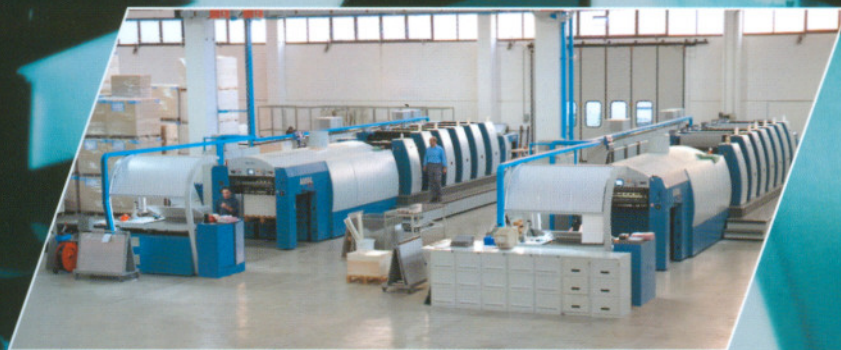


Kosmetica

Luigi Gagliardi: il cosmetico visto da chi vigila

Impatto ambientale: scelte e difficoltà della produzione cosmetica

Packaging: design essenziale per una linea di make-up



**Produrre
Innovare
Crescere**

*Prodotti cartotecnici
di qualità superiore
e ad alto contenuto d'immagine.*



grafiche filippi
cartotecnica

Pack to the future

www.grafichefilippi.it



tecniche nuove



Oscar dell'Imballaggio 2008: la premiazione

L'Oscar dell'imballaggio si conferma una manifestazione capace di attrarre l'attenzione sul settore del packaging sia da parte del pubblico, sia da parte di aziende leader internazionali, come Basf Italia che ha sponsorizzato l'edizione 2008 del concorso. Domenico D'Angelo, Direttore Commerciale di Basf ha spiegato con queste parole il valore della manifestazione «Questa edizione dell'oscar è per noi interessante, perché, se da un lato i designer e le aziende hanno bisogno di materiali innovativi, che assecondino la loro creatività e il loro estro, anche noi abbiamo bisogno di avvicinarci a coloro i quali influenzano la catena del valore, in modo da trarre spunti per migliorare i prodotti esistenti e crearne nuovi, sviluppando progetti ad hoc con aziende interessanti e innovative». La premiazione della cinquantunesima edizione, organizzata dall'Istituto Italiano Imballaggio insieme alla Facoltà del Design del Politecnico di Milano ha avuto luogo il 17 aprile 2008, in occasione della settimana del Salone del Mobile, grande evento internazionale che consacra il design.



"Easysnap" di BBLameplast.

Quest'anno il tema portante è stato il Quality Design, ovvero l'espressione migliore di equilibrio tra le dimensioni grafiche, strutturali e funzionali del packaging. I prodotti premiati sono stati selezionati per le innovazioni introdotte, che facilitano l'accesso al prodotto e la relazione con esso, attraverso un'efficace articolazione comunicativa e strutturale e un'attenzione rivolta all'espressione di informazioni qualificanti. La collaborazione tra Facoltà di Design e Istituto Italiano Imballaggio consolida

con l'Oscar ha consentito alle due istituzioni di compiere un confronto sul terreno del packaging individuando progetti comuni in grado di aprire nuovi orizzonti al settore. La volontà di costruire una collaborazione atta a condividere una serie percorsi scientifici è stata confermata sia da Alberto Seassaro, Preside della Facoltà del Design, sia da Vermondo Busnelli, neo eletto Presidente dell'Istituto, al suo secondo mandato, che da sempre ha investito nella fattiva relazione tra gli enti di settore. La premiazione degli Oscar è stata scelta per annunciare, infatti, il progetto in atto, la formulazione di un glossario tecnico ragionato di packaging di design, affidato a un gruppo di ricercatori dell'Università e curato da Valeria Bucchetti, che sarà pubblicato all'inizio del 2009 con l'obiettivo di porre le basi per una vera e propria disciplina. La giuria ha selezionato nove vincitori, tra i ventinove imballaggi finalisti del concorso. Le categorie merceologiche premiate per il design sono state cinque, con prevalenza del settore dei beni di largo consumo: dall'alimentare al cosmetico, dal prodotto da regalo alla movimentazione, inoltre sono stati assegnati premi alle sezioni speciali dedicate alla comunicazione, patrocinata da IULM, alla tecnologia, patrocinata da Ipack-Ima 2009 e all'ambiente, con il patrocinio di Conai. Nel settore "Farmaci, cosmetici e cura della persona" il vincitore è "Easysnap" di BBLameplast una monodose a bustina, dotata di un originale sistema di apertura, con preintaglio. Il contenitore impugnabile con una sola mano si piega senza sforzo fino al punto di rottura e il prodotto fuoriesce rapidamente in modo controllato con la semplice pressione di due dita. Il monodose, disponibile in diversi formati e capacità, è realizzato con film plastico fornito da Alcan Packaging Italia. La motivazione espressa dalla giuria è stata la seguente: la bustina monodose rappresenta un'innovazione nel formato, coniugata alla praticità d'uso, alla funzionalità e alla facilità di erogazione, in tutte le condizioni d'utilizzo. BBLameplast ha davvero realizzato un prodotto di grande innovazione tecnologica in grado di rivoluzionare il mercato dei cosmetici monodose.



AmorePacific si affida alla resina di Surlyn di DuPont

Per il packaging di una gamma di prodotti innovativi di cura della pelle, realizzata dal prestigioso marchio asiatico AmorePacific, è stata scelta la resina d'imballaggio Surlyn di DuPont, per le alte prestazioni estetiche e funzionali rese possibili da questo prodotto.

Sette nuovi articoli appartenenti alle linee di prodotti per la pelle Hera e di abbronzanti Laneige, sono stati coronati da un packaging essenziale ma lussuoso, di grande proprietà tattili, in Surlyn, il materiale è stato scelto per la sua elevata trasparenza e resistenza, sia ai graffi, sia ai prodotti chimici. La prima linea che ha tratto vantaggi dalle proprietà di questo materiale è stata Hera, tre di questi prodotti *Cream-to-Powder*, *Skin Fix Primer*, *Soothing water Foundation* sono disponibili in tottle, una pratica struttura da imballaggio, che associa le caratteristiche di un tubetto a quelle di una bottiglia riponibile in verticale.

Il tottle è prodotto con un estrusione multistrato, lo strato esterno resistente e trasparente è di Surlyn, lo strato interno è invece in polietilene a bassa intensità. Le qualità formali del contenitore sono sublimato dalla componente materica, cromatica e tattile e dalla diversa caratterizzazione di corpo e chiusura, che ha reso possibile la comunicazione di nuove valenze emozionali. Grazie al packaging, i prodotti raffinatissimi proposti dal brand, sono in grado di attirare l'attenzione dei consumatori più raffinati e sensibili sempre alla ricerca di esperienze di consumo complete e legate alla sperimentazione linguistica e tecnica.

Le sperimentazioni sui prodotti cosmetici delle scuole di design inglesi

Adrian Hanlon, della Northumbria University, ha progettato un contenitore a uso cosmetico, destinato a donne trentenni, molto dinamiche, realizzato utilizzando diverse capsule a tema sovrapposte, che definiscono la differenziazione d'uso del prodotto nelle diverse ore del giorno. Questo pack, riponibile in borsetta, fornisce prodotti essenziali per la cura del corpo, utilizzabili insieme o separati per fornire alle fruitrici l'esperienza richiesta modificando e temporizzando con un preciso ordine formale la cura di sé. La studentessa Gina Reimann, del Ravensbourne College of Design and Communication ha, invece, progettato una penna completata da un elemento morbido, retraibile, in nylon, al gusto di menta, contenente fluoro che aiuta a prevenire la carie. Il consumo, che fa leva sull'abitudine giovanile largamente diffusa di mordicchiare l'estremità della penna, rende più efficace il prodotto, che essendo maggiormente ruvido favorisce una migliore igiene orale. La sperimentazione linguistica espressa dai giovani designer nei casi presentati ha reso possibile l'ipotesi di nuovi scenari di consumo.



Arc

Un gioiello

Gucci lancia un'anniversaria cipriata, ricoperta di patchouli, di guava e flacone di s'impone per arrotondati modernità flacone si Il gioiellieri accessori, da cavallo

Tecnologia nel packaging