COOKIST.IT

www.ecostampa.it

31 Ottobre 2023 • 13:52

Qual è la confezione più iconica della gastronomia italiana?

Dall'ovetto kinder al barattolo di Nutella: l'Italia del design si è distinta anche nel mondo del cibo e dell'alcol. Vediamo quali sono i packaging più iconici.

A cura di **Leonardo Ciccarelli**

COMMENTA CONDIVIDI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Fabbri

L'**Italia** è rinomata per il suo talento nello stile, con una tendenza a portare in giro per il mondo un design **elegante** e **sofisticato:** questo si riflette anche nel **packaging** dei prodotti. Le **confezioni** che hanno fatto la **storia** delle nostre aziende sono in mostra a **Bari**: "un secolo di packaging del made in Italy". Dall'ovetto Kinder alle lattine delle Pastiglie Leone, passando per i pacchi di pasta Barilla, la Coppa del Nonno, la Nutella o il Campari. La mostra in corso **dal 4 al 28 novembre 2023** allo **spazio Murat di Bari**, in occasione della seconda edizione della **Biennale dei Racconti di Impresa**, ha raccolto **20 dei packaging più iconici** tra scatole, bottiglie, involucri. Vediamo quali sono le confezioni in mostra e, più in generale, i packaging italiani più iconici del mondo dell'enogastronomia.

L'Italia ha fatto scuola nel mondo dei packaging

In mostra ci sono **20** esempi dei prodotti più iconici della nostra storia ma oltre alle due decine di packaging ci sono tanti altri esempi importantissimi. Su tutti il barattolo **Nutella**, forse il packaging italiano **più iconico** nel mondo del cibo: il barattolo di vetro con l'etichetta rossa, bianca e marrone è diventato riconoscibile in tutto il mondo ed è considerato un'icona del design italiano nel settore alimentare. Questo packaging è diventato un simbolo di **gustosità** e **qualità**, ed è stato **imitato** da molti altri produttori di **creme spalmabili** nel corso degli anni. Dello stesso stampo anche l'**iconico vaso** delle **amarene** Fabbri, con il suo inconfondibile stile *liberty*, lo si ritrova in tantissime case e tanti ristoranti in Italia e non solo.

Foto dal sito ufficiale di Spazio Murat

Il packaging è **fondamentale** per la **vendita di un prodotto** e a volte, a prescindere dalle aziende, fa scuola in tutto il mondo: pensa alle **bottiglie dell'olio**, messe a punto proprio in Italia, che sono verde scuro ovunque e tutte tendenzialmente tondeggianti. Il colore serve a **conservare meglio** il prodotto ma la forma e lo stile sono dovuti all'immaginario collettivo. Idem per le confezioni di parmigiano e grana: spesso vediamo marchi che non riguardano le due Dop che offrono però il prodotto in confezioni triangolari. Un'idea di vendita messa a punto nel Bel Paese tantissimi anni orsono.

leggi anche

Il packaging deve avere nuova vita

Una delle fortune dei packaging che abbiamo descritto è la loro *mission*: mostrare il prodotto ed essere **riutilizzati**. Questo concetto è ancor oggi futuristico, quindi pensa a quanto poteva esserlo 50 anni fa.

Tralasciando la nuova legge approvata dall'Unione Europea sull'addio al monouso, c'è una tendenza sempre più sentita dalla popolazione a dare un occhio alla possibilità di **riutilizzo**. Si stima che il **95%** del valore del packaging vada perduto dopo il primo utilizzo e le Nazioni Unite hanno calcolato che il **costo globale** in termini di capitale naturale per la plastica nell'industria alimentare si aggiri intorno ai **15 miliardi di euro l'anno**.

News La cucina italiana nella storia: da Apicio all'Artusi, i big della gastronomia del Paese

News Chi sono i 50 giovani che stanno cambiando la gastronomia mondiale: solo uno è italiano

Assetati Qual è il vino italiano più venduto al mondo? In cima alla classica un insospettabile

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706