



# Packaging primario

---

Packaging primario: confezione che riveste il prodotto ed è a diretto contatto con esso

- Funzione tecnica:
  - trasporto e conservazione del prodotto
  - Preservazione della qualità intrinseca / garanzia dell'uniformità nel tempo dal confezionamento al consumo
- Ruolo nella qualità d'uso
  - Comodità di consumo: apertura, richiusura, conservazione dopo l'apertura
  - Funzionalità di interfaccia: predisposizione del packaging nel proporre un uso corretto dello stesso, una manipolazione efficace e sicura, la sua gestione come rifiuto
- Sostenibilità: impatti ambientali nella produzione, nel trasporto e nello smaltimento

# Packaging primario

Tabella 8.5 Tipi di packaging in alcuni paesi (% volume)

	Bottiglia di vetro	Packaging alternativo, di cui:			
		totale	bag in box	brik	altro
Danimarca	51	49	41,0	n.d.	8
Belgio	63	37	32,0	n.d.	5
Francia	54	45	36,0	1	9
Germania*	87	13	0,5	7	6
Spagna	61	39	0,4	21	18
Gran Bretagna	90	10	8,3	n.d.	2
Italia	69	31	0,4	28	3
Australia	68	32	32,0	n.d.	0
Stati Uniti	83	17	17,0	n.d.	n.d.

Fonte: FranceAgrimer 2015 (dati IRI-Symphony), eccetto Italia (ACNielsen, 2012) e Stati Uniti (ACNielsen, 2014).

\* I grandi formati in vetro (bottiglia > 0,75 litri) sono circa il 33%.



# Packaging primario: bottiglia

---

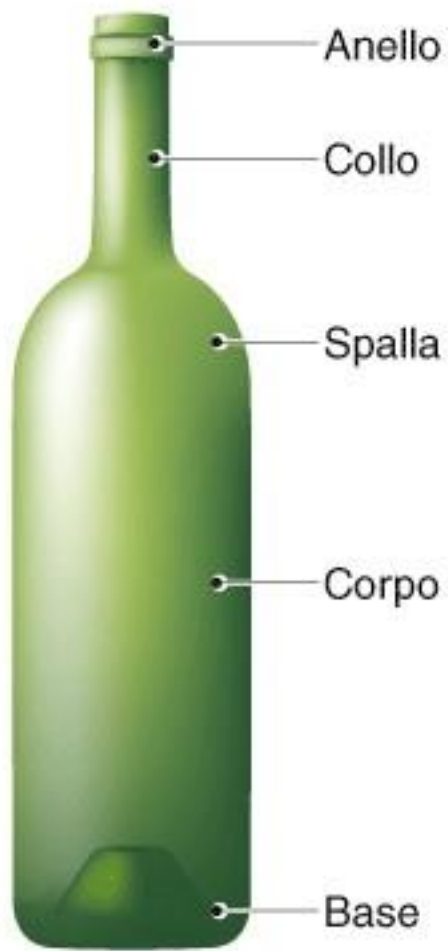
## La bottiglia:

- Forma della bottiglia (diverse tipologie)
- Peso della bottiglia
- Colore
- Incisioni nel vetro
- Formato
- Materiale: vetro / altri (PET, alluminio, carta)
- Tappo: materiale / tipologia di tappo
- Capsula
- Gabbiotta

<https://castellobanfi.com/it/sostenibilita/bottiglia-leggera.php>

<https://www.wired.it/lifestyle/design/2019/03/08/bottiglia-piatta-vino/>

# Packaging primario



Sciampagnotta



Borgognona



Renana

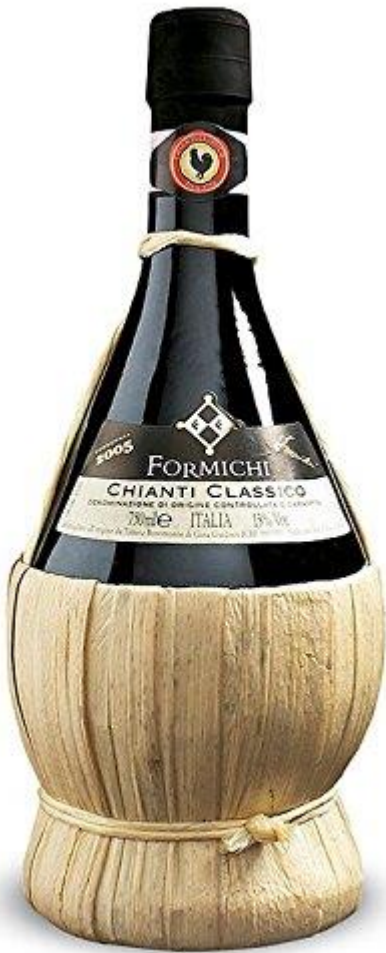


Bordolese

# Packaging primario: bottiglia

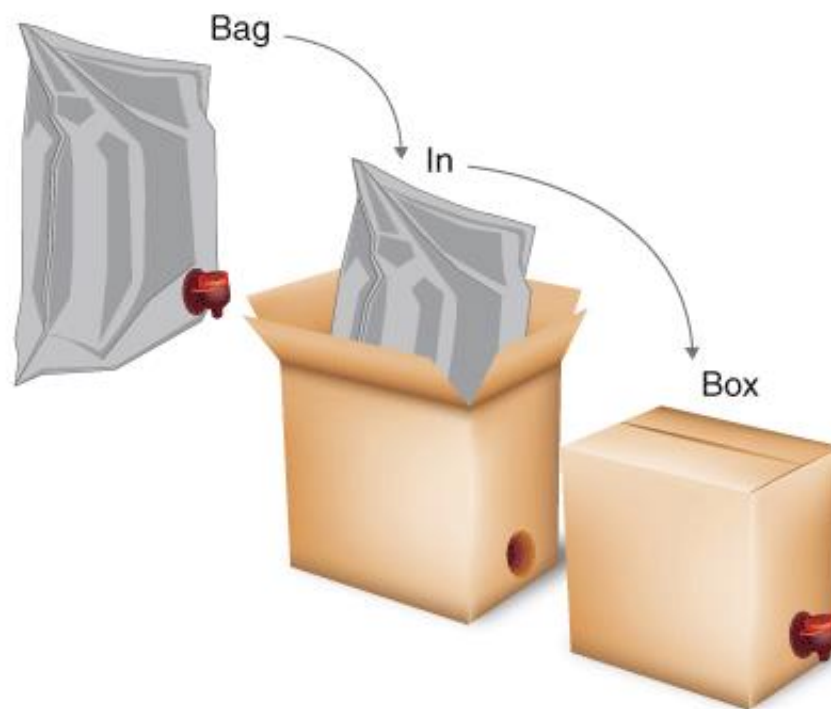


# Packaging primario: bottiglia



M. Gregori  
Il Marketing del Vino  
EdiSES

# Packaging primario: Bag In Box



# Packaging primario: altre tipologie



Bag In Tube



Brik



Lattina



Sacchetto





# Packaging primario

**Tabella 4.3** Principali punti di forza, punti di debolezza e tipi di vino più indicati per diversi contenitori

	Punti di forza	Punti di debolezza	Tipi di vino più indicati
Bottiglia vetro	Tradizione, funzionalità, immagine	Peso, costo	Vini di pregio
Bottiglia plastica	Costo, leggerezza, sostenibilità	Conservabilità, immagine*	Vini giovani e a basso prezzo
Bottiglia alluminio	Leggerezza, resistenza	Innovatività	Vini innovativi
Bottiglia carta	Leggerezza, sostenibilità	Diffidenza	Vini monodose
Bag in box	Costo, praticità, comodità	Conservabilità, immagine*	Vini di uso frequente
Bag in tube	Immagine§, praticità	Conservabilità	Vini di uso frequente
Sacchetto	Costo, maneggevolezza	Immagine*	Vini di basso prezzo
Brik	Costo, leggerezza, sostenibilità	Immagine*	Vini di pronto consumo
Lattina	Leggerezza, resistenza	Immagine*, banalizzazione e svilimento delle produzioni di pregio	Vini mossi, con consumi di massa

\*relativamente alla bottiglia in vetro, §relativamente al BIB.



# Packaging secondario

---

- Packaging secondario: Involucro o contenitore di una o più confezioni elementari.
- Può essere separato dal prodotto senza alterarne le caratteristiche
- Cartoni
- Cassette e confezioni regalo
- Wine bag
- Packaging terziario: imballaggio da trasporto (es. pallet)



# L'etichetta

---

## L'etichetta (non solo aspetti grafici!):

- 1. Attrattività dell'etichetta:  
giudizio sulla capacità dell'etichetta di attrarre rispetto alle altre in offerta
- 2. Interesse delle etichette:  
capacità dell'etichetta e della bottiglia di trasferire valore percepito, analisi dei valori trasferiti dalla bottiglia e dall'etichetta, messaggi memorizzati
- 3. Desiderio di acquisto delle etichette:  
coerenza della percezione con il posizionamento di prezzo
- 4. Acquisto effettivo delle etichette:  
disponibilità reale all'acquisto rispetto all'offerta complessiva della superficie

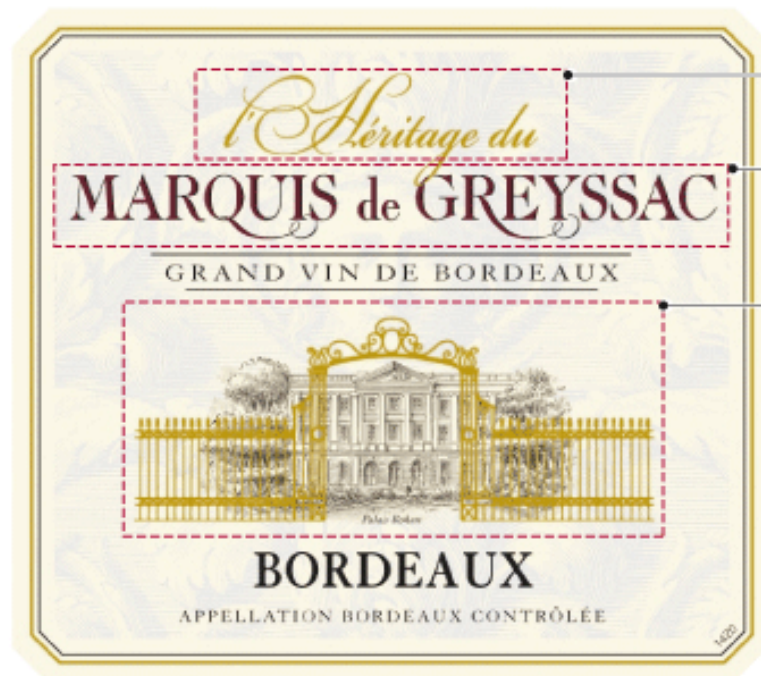
# L'etichetta

**Tabella 8.4** Analisi del testo di un campione di marche di vini italiani

Parole, termini	Riferimenti	Conteggi
Cantina, vigna/e, vite, vigneti, vino/vini, eno (prefisso)	Produzione uva, vino	245
San, Santa, Madonna	Tradizione religiosa	156
Abbazia, castello, rocca, villa, borgo	Elementi storico-architettonici, luoghi noti	153
Collina, poggio, monte, valle/val	Elementi geografici, paesaggistici	126
Terra/e, sole	Zona e ambiente di produzione	108
Casa o ca' (abbrev.), corte	Toponimi del luogo di produzione	64
Antico (agg.), bella (agg./prefisso), d'oro	Storia, bellezza, prezioso	57
Duca, conti, "De"	Titoli nobiliari, famiglie note	44
Agricola, agri, cooperativa	Denominazione aziendale	26
Totale marche = 2.095		

Fonte: elaborazioni su dati Nielsen.

# L'etichetta



Corsivo calligrafia

Maiuscolo con grazie (serifed)

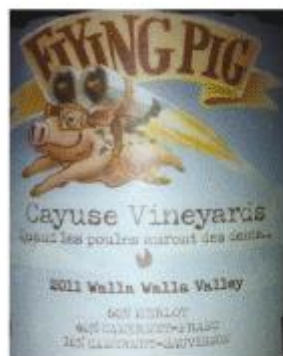
Immagine/tema: vecchio edificio simile a un castello (stampa/disegno)

Layout: centrato  
Composizione: linee verticali e orizzontali  
Sfondo: giallo chiaro/beige

**Figura 8.5**

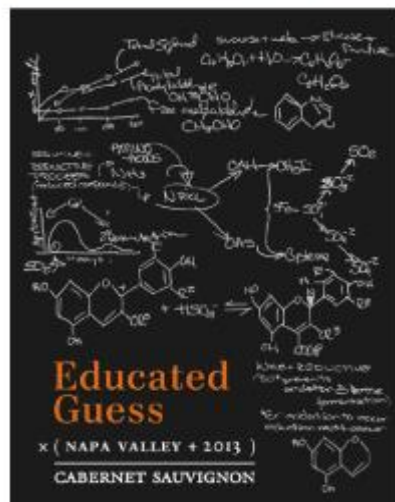
Codici visuali di una class  
etichetta di vino Bordeaux  
Fonte: Celhay e Passebo  
2011.

Flying Pig, cantina Cayuse a Walla Walla, Washington State. Vino: blend (Merlot, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon), 2011.  
 Prezzo: 160 euro/bottiglia.



Mille e una Notte, cantina Donnafugata a Marsala in Sicilia. Vino: Blend (Nero D'Avola e altre varietà), 2011.  
 Prezzo: 45 euro/bottiglia.

Educated Guess, cantina Roots Run Deep in Napa Valley California. Vino: Cabernet Sauvignon (le formule sono molecole del vino), 2014.  
 Prezzo: 15 euro/bottiglia.



Cycle Clement, cantina Saint Clement in Napa Valley California. Vino: Pinot nero.  
 Prezzo: 14 euro/bottiglia.

Figura 8.6  
 Etichette innovative.