

N.2 | 22

CORSO DI GREEN PACKAGING DESIGN

CLIENTE
Wine Zero

SFIDA
Identità con monotipo
ed espositore

PRODOTTO
Vino in lattina

DOCENTE
Nadia Ragazzo

INDICE

STORYTELLING VALORI	01
IL PRODOTTO	02
IL TARGET	03
IL MERCATO	04
IL CONCEPT	05
LABORATORIO	06
CONTENUTO DELLE ETICHETTE	07
PACKAGING PRIMARIO	08-10
PACKAGING SECONDARIO	11-13
LA LINEA	14



VALORI E STORYTELLING

AGRICOLTURA RIGENERATIVA

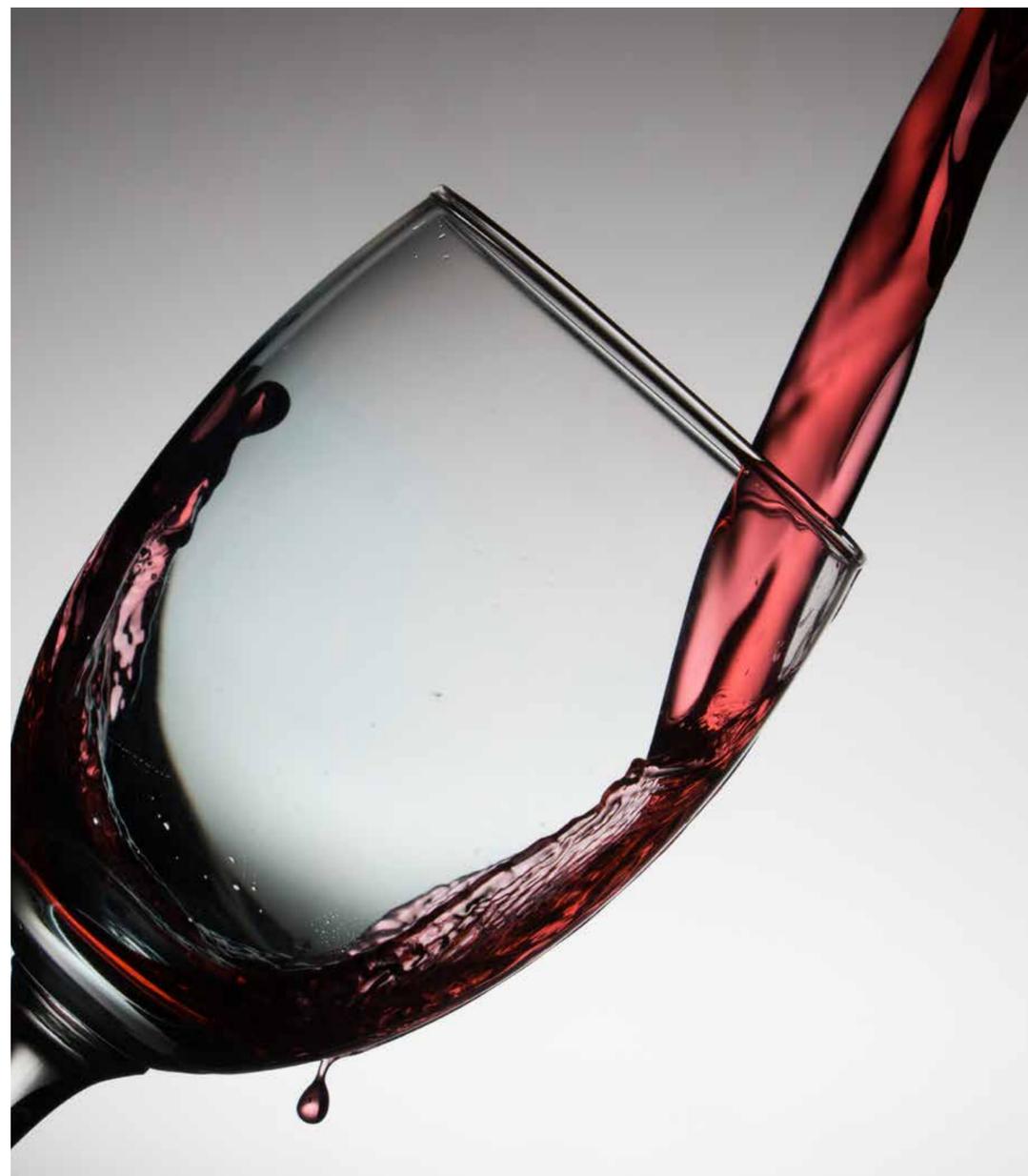
La cantina **Wine Zero** è di proprietà di Leonardo, Greta e Giovanni tre fratelli che hanno ereditato terra e passione dal Padre Giorgio.

Passione per il vino che loro trasformano anche in amore per la terra in cui vivono e lavorano. I tre fratelli pensano alla terra non come un suolo da sfruttare ma come un dono di madre terra e per questo hanno convertito i loro vigneti ad **agricoltura rigenerativa**. Wine Zero rappresenta la volontà attraverso il loro progetto di **non impattare sull'ambiente**, anzi di contribuirne al miglioramento.

IL PRODOTTO

WINE ZERO

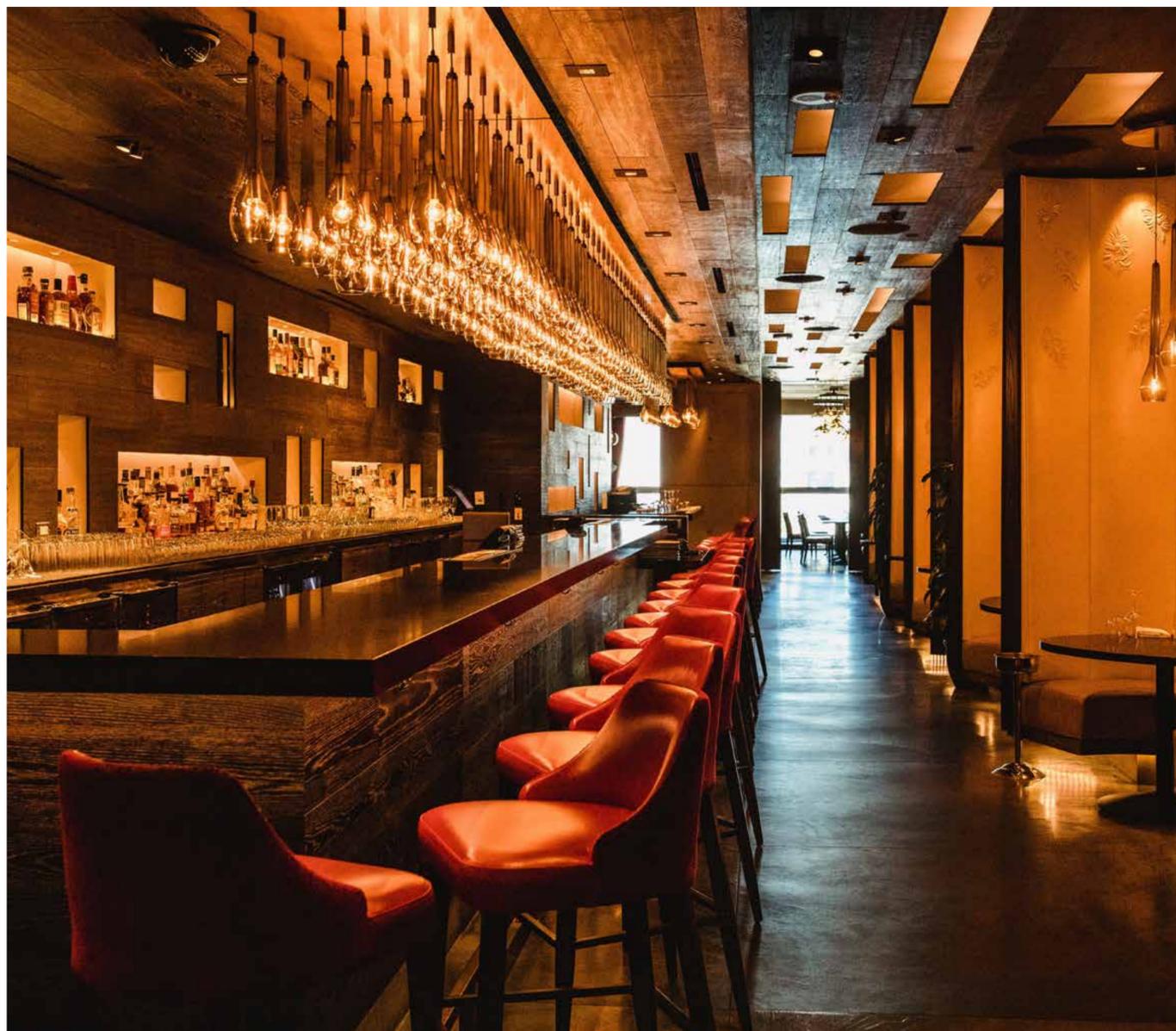
WineZero oltre ad essere un amante del vino, ama la natura, infatti, utilizza l'agricoltura rigenerativa per creare i loro prodotti di punta: **vino bianco** (ribolla), **vino rosè** (savignon) e il **vino rosso** (refosco). Inoltre si sono immessi nel nuovo mercato dei **vini in lattina**, che sono sostenibili e perfette per il consumatore contemporaneo, essendo **piccole** e **facili da trasportare** avendo anche un peso ridotto rispetto al vetro.



IL TARGET

MILLENNIALS

La generazione Millennials, detta anche **generazione Y**, comprende persone di età compresa tra i **26 e i 40 anni**. I Millennials sono mediamente più istruiti delle generazioni precedenti e ciò non può che incidere sulle aspettative che hanno sul mondo del lavoro, per esempio, o sul modo di informarsi. Contingenze storico-sociali fanno sì, poi, che i Millennials siano anche la generazione più **multiculturale** e la prima ad avere davvero una piena familiarità con ambienti e **tecnologie digitali**. Sono una generazione **“iperconnessa”**, sempre aggiornati sulle nuove tendenze, **attenti all’ambiente** e alla **conservazione del pianeta che ci ospita**.



IL MERCATO

PUNTI VENDITA

Il prodotto è pensato per essere venduto nei punti vendita del **Nord Italia**.

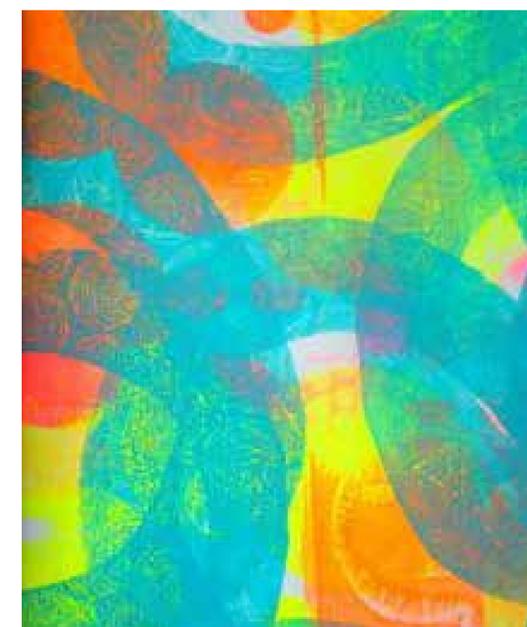
Tra i principali punti vendita a cui è destinato troviamo **enoteche, wine bar e locali di tendenza**.



IL CONCEPT

MOODBOARD

La grafica presente sulle lattine è stata realizzata attraverso il **monotipo**, una tecnica di stampa manuale che permette di dare il senso di **artigianalità** dell'azienda. Partendo dalla descrizione di ogni vino, attraverso segni manuali, ho raffigurato in modo **amichevole e dinamico** il significato dei singoli prodotti. Come la Ribolla che è un vino **solare** e fresco, il Sauvignon invece è elegante ma con un indole **selvaggia**, infine il Rosè è austero ma con un' **anima ribelle**. La scelta della duplice tinta per ogni vino è stata dettata dalla scelta di utilizzare il colore proprio del vino e un colore associato che fosse di contrasto.



LABORATORIO

MONOTIPO

La **creazione** della grafica per il packaging è stata realizzata nel **laboratorio** della scuola, attraverso la tecnica del **monotipo**.



CONTENUTO DELLE ETICHETTE

Breve e simpatica descrizione del prodotto, diversa per ogni tipologia di vino.

La Ribolla Gialla è un vitigno autoctono di cui esiste traccia già quasi mille anni fa in Friuli e zone limitrofe. Nonostante i mille anni è in splendida forma e si associa con eleganza a tutte le cose hipster che avevate in mente di mangiare o di ordinare online. È un vino solare e di buon corpo ma caratterizzato da una piacevole acidità che lo rende un vino croccante, fresco e profumato.

Indicazioni tecniche:

- quantità
- gradazione alcolica
- luogo di confezionamento
- codice a barre
- icone tecniche

PRODOTTO IN ITALIA
Denominazione di origine controllata
CONTIENE SOLFITI

Prodotto e imbottigliato da
WINE ZERO
Via Gorizia 31020,
Precenico Udine

WWW.WINEZERO.IT

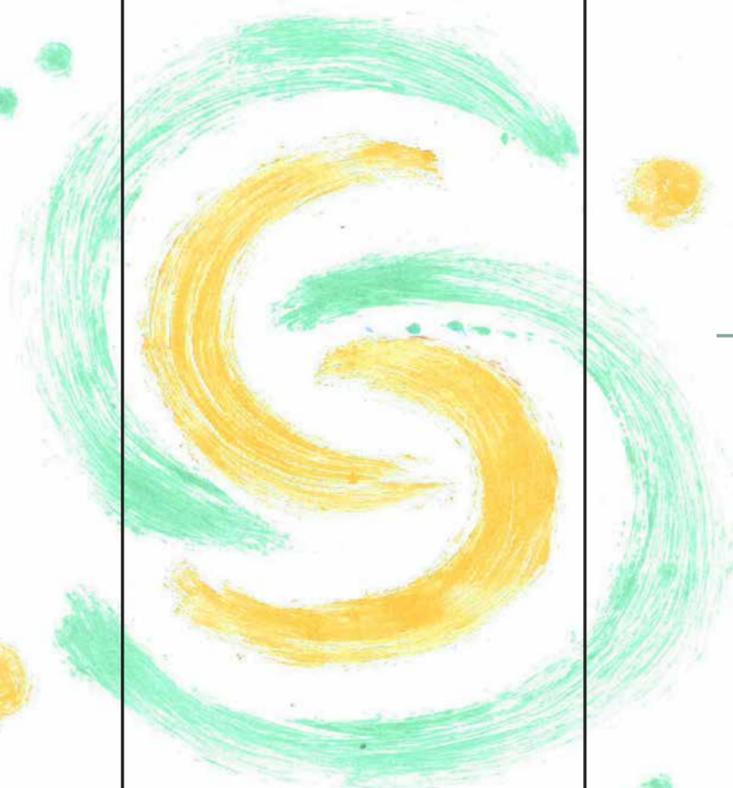


lotto n.1/2022



10%

e 220 ml



Ribolla Gialla

BIANCO

Grafica realizzata con la tecnica del monotipo.

Nome del vino

IL PACKAGING PRIMARIO







JOE
WINE ZERO

Sauvignon
ROSÈ

JOE
WINE ZERO

Ribolla Gialla
BIANCO

Refosco
ROSSO

JOE
WINE ZERO

JOE
WINE ZERO

IL PACKAGING SECONDARIO



*Il packaging secondario è stato progettato per contenere 6 lattine, che possa essere usato come **espositore da banco** e poi richiuso per essere **portato via** dal cliente.*

DISEGNO TECNICO

Logo e slogan d'effetto

WINE ZERO

Rock? Austero? Solare? La box giusta per scoprire il vino più adatto ad ogni occasione.

WINE ZERO

La cantina Wine Zero è di proprietà di tre fratelli: Leonardo, Oreste e Giovanni. Hanno ereditato terra e passione dal Padre Giorgio. Passione per il vino che loro trasformano anche in passione per la terra in cui vivono e lavorano. Il Frutti è una zona ricca di vigneti ma Wine 0 ha deciso di essere un vigna a zero.

Utilizzano i residui organici dalle operazioni di potatura e lavorazione per la produzione di biogas a km zero. La cantina è costruita con i sistemi di ventilazione e illuminazione naturale. Inviare al minimo l'impiego di energia.

Adottano un intelligente sistema di refrigerazione. L'acqua di scarico durante la produzione del vino viene convogliata in piccoli laghetti artificiali.

Le bottiglie di ogni vino vengono sigillate con i tappi a corona di legno. Così facendo il tempo di invecchiamento del vino è ridotto del 50%.

Descrizione dell'azienda Wine Zero.

Grafica realizzata con la tecnica del monotipo.

L'agricoltura rigenerativa.

Un metodo di conversione che combina tecniche moderne e antichi saperi. Alla radice di questo approccio, c'è l'idea di collaborare con la natura abbandonando la volontà di dominarla allo scopo di rigenerare i suoli, senza impoverirli e inquinarli, come invece avviene quando si applica un'agricoltura intensivamente aggressiva.

Descrizione tecnica agricoltura rigenerativa.







SCUOLA
INTERNAZIONALE
DI **GRAFICA** VENEZIA

Cannaregio 1798
30121 Venezia – Italia