

# N.2|21

CORSO DI GREEN PACKAGING DESIGN

CLIENTE  
*Wine Zero*

SFIDA  
Identità con monotipo  
ed espositore

PRODOTTO  
Vino in lattina

DOCENTE  
Nadia Ragazzo





# INDICE

VALORI E STORYTELLING	02
IL PRODOTTO	03
IL TARGET	04
IL MERCATO	05
IL CONCEPT	06
IL MONOTIPO	07
IL PACKAGING PRIMARIO	08
IL PACKAGING SECONDARIO	09



# VALORI E STORYTELLING

## AGRICOLTURA RIGENERATIVA

I vigneti WineZero si trovano in Friuli. La cantina rappresenta la volontà di migliorare l'ambiente e di collaborare con la natura, utilizzando l'agricoltura rigenerativa. Quest'ultima si basa su tre principi base:

- la diversificazione culturale, per ampliare il numero delle famiglie botaniche a contatto con il suolo e migliorarne di conseguenza la struttura grazie all'azione delle radici
- la riduzione delle lavorazioni, per proteggere l'habitat e la ricchezza biologica degli organismi che popolano il terreno
- la copertura del suolo con i residui delle coltivazioni, per trattenere l'acqua e fissare gli elementi nutritivi.

# IL PRODOTTO

## VINO IN LATTINA

WineZero oltre ad essere un amante del vino, ama la natura, infatti, utilizza l'agricoltura rigenerativa per creare i loro prodotti: vino bianco (ribolla), vino rosè (savignon), vino rosso (refosco). Inoltre basano la loro cantina su sistemi di ventilazione e illuminazione naturale limitando al minimo l'impiego di energia. Utilizzano un sistema di fitodeprazione riducendo il sistema idrico, legato alla produzione del vino, del 50%.





# IL TARGET

## MILLENIALS

Il prodotto mira ad attirare l'attenzione di uno specifico gruppo di persone, i millennials (25-40 anni). Questo perchè tendono ad essere più attenti alla conservazione dell'ambiente, cercando brand che rispecchino i loro valori. Infatti, i prodotti di WineZero, sono coltivati con tecniche estremamente naturali.



# IL MERCATO

## PUNTI VENDITA

Il mercato con cui deve concorrere si trova nel Nord d'Italia.

I punti vendita in cui si potrebbero trovare i vini di Winezero sono: enoteche, wine bar, locali di tendenza.

Le occasioni di consumo possono avvenire: nei concerti, al parco, in spiaggia, ad una festa, in mezzi di trasporto pubblici (aereo, treno).





# IL CONCEPT

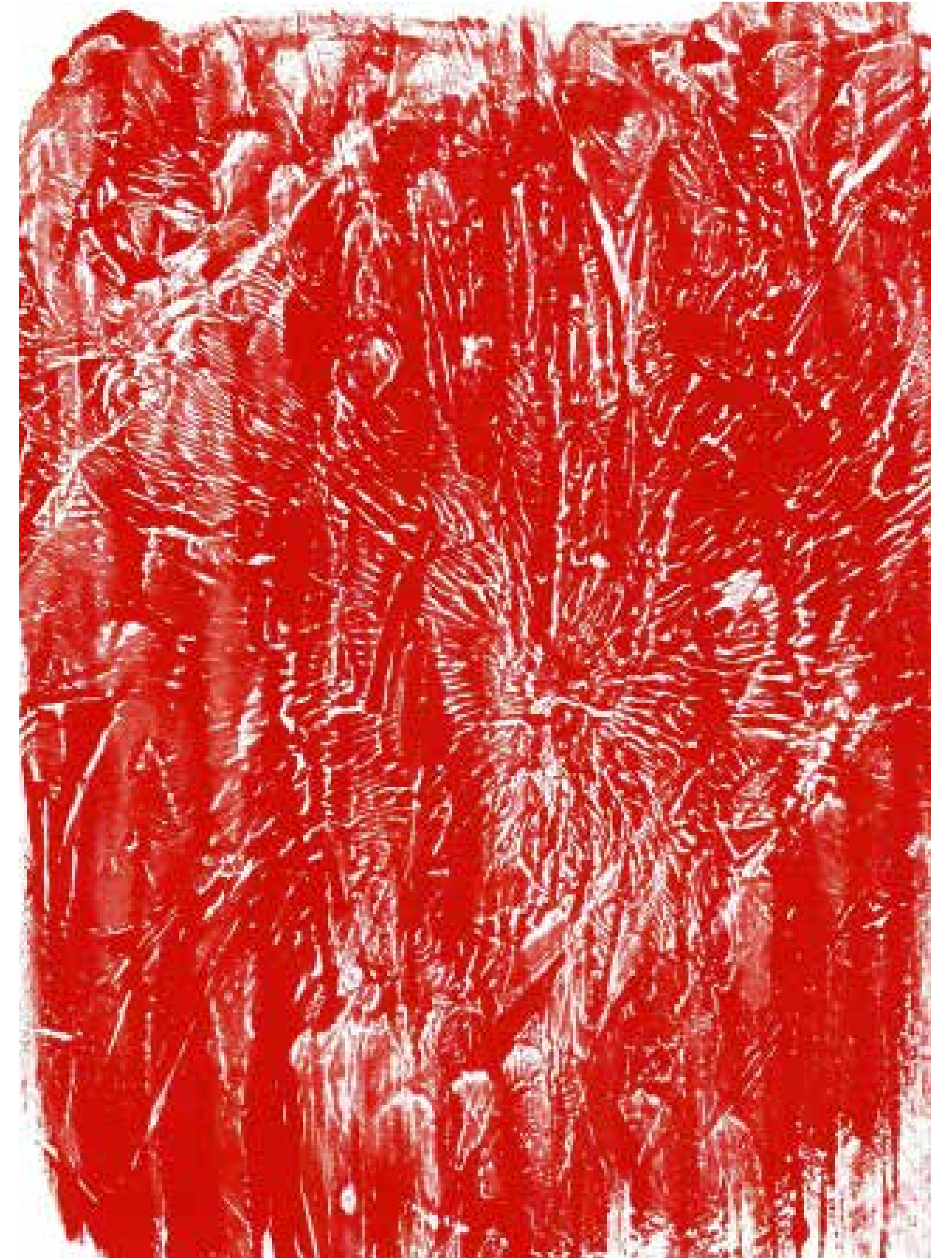
## VINO E NATURA

Per rappresentare il loro amore per il vino e per la natura ho deciso di rappresentare la terra, attraverso il monotipo, e il vino, attraverso un'illustrazione di un grappolo d'uva.

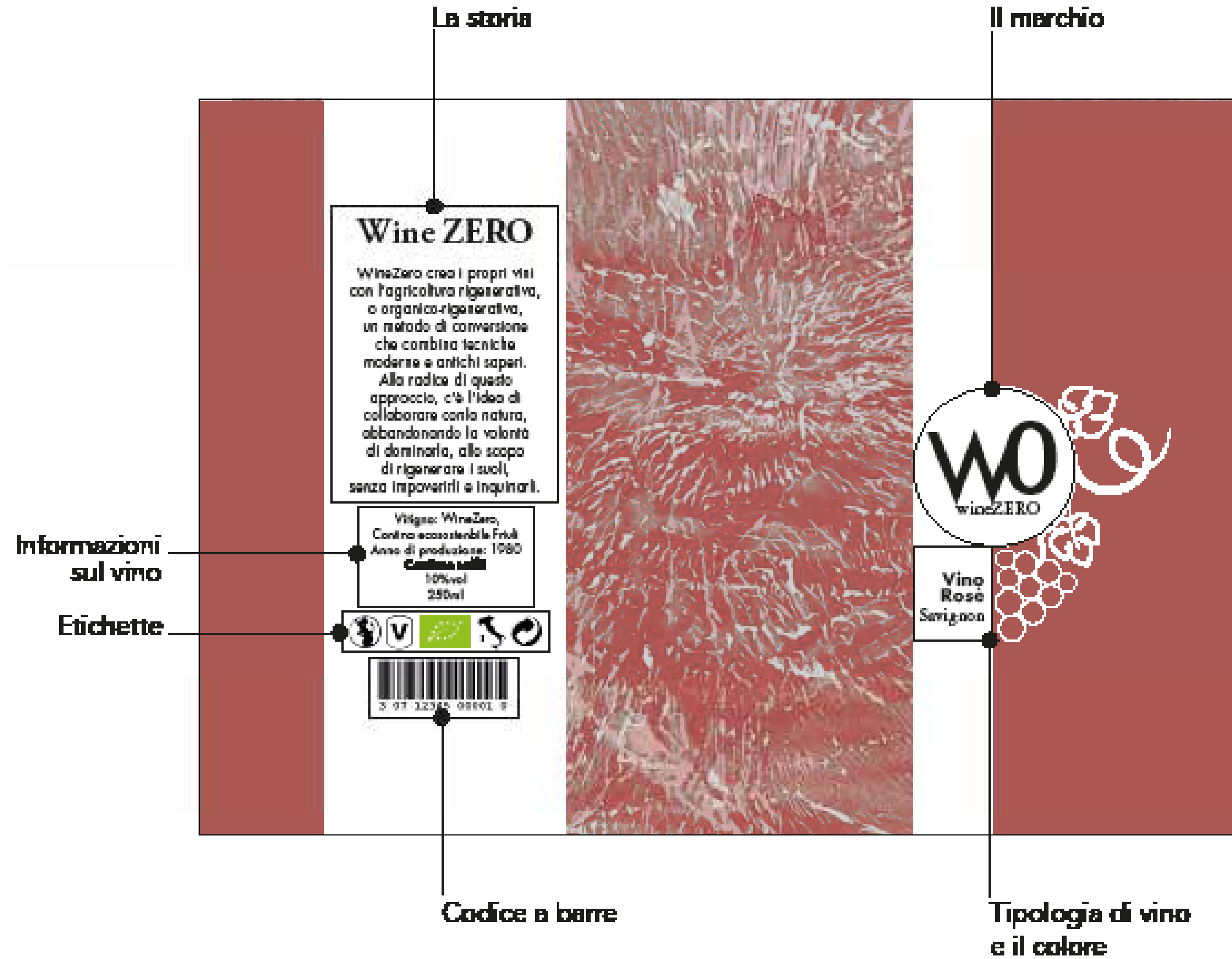


# IL MONOTIPO

Per la realizzazione del monotipo ho utilizzato: l'acrilico e la pellicola trasparente.  
 Ho spalmato uniformemente l'acrilico su un piano rigido non assorbente per poi appoggiarci sopra la pellicola trasparente.  
 Una volta appoggiata la si toglie e ci si appoggia al suo posto il foglio.





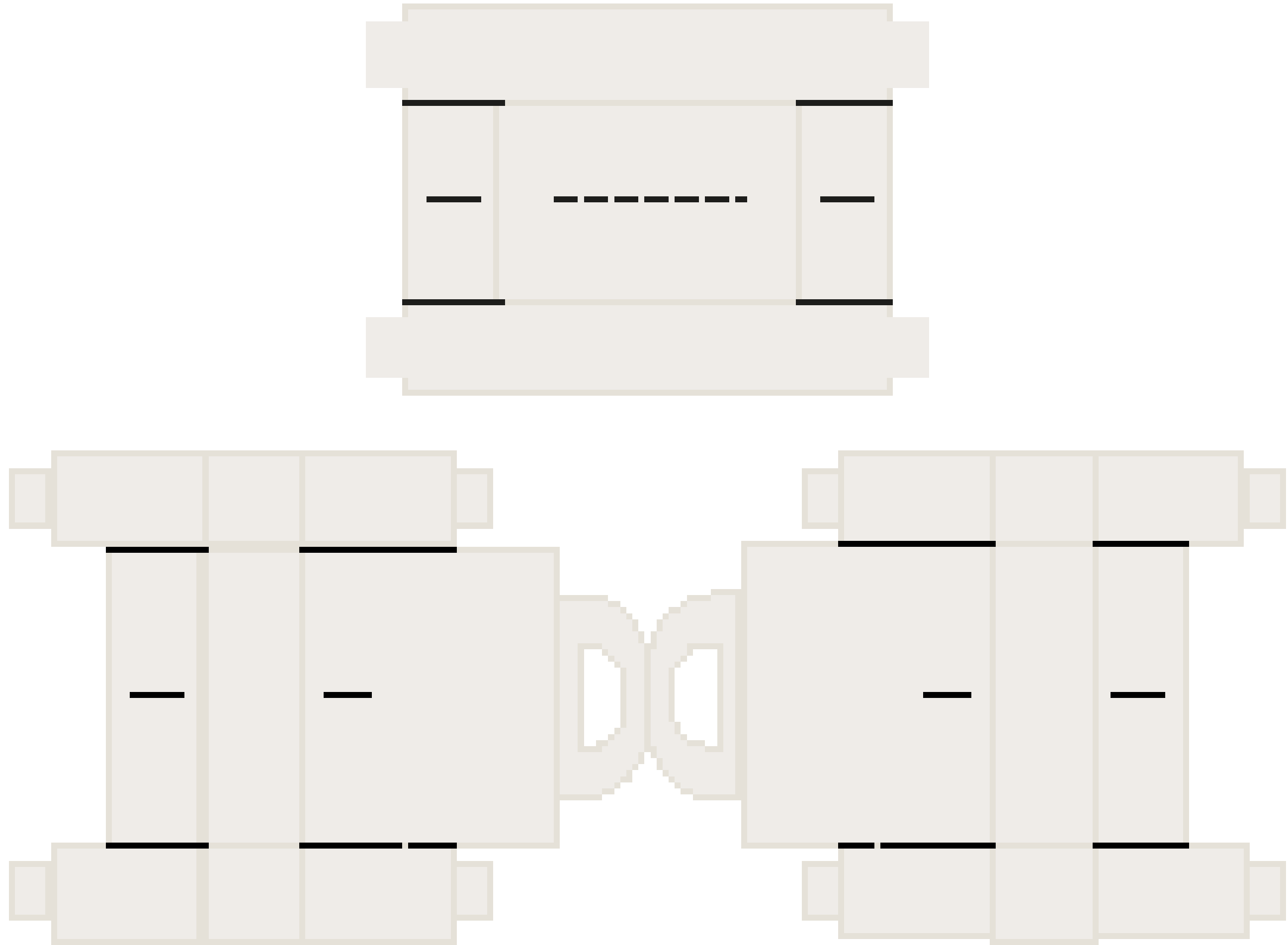


# IL PACKAGING PRIMARIO

L'etichette hanno sulla parte frontale: il marchio, la tipologia e il colore del vino. Sul retro hanno: la spiegazione del modo in cui vengono prodotti, le principali informazioni, le etichette e il codice a barre.

# IL PACKAGING SECONDARIO

La scatola è composta da due parti:  
una parte che, costruita, crea il coperchio,  
un'altra che crea il resto della scatola.





Cannaregio 1798  
30121 Venezia – Italia