

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 CONCEPT | 04 |
| IL TARGET | 05 |
| IL MERCATO | 06 |
| IL PACKAGING PRIMARIO | 07 |
| IL PACKAGING SECONDARIO | 08 |
| LA LINEA | 09 |



VALORI E STORYTELLING

AGRICOLTURA RIGENERATIVA

I vigneti WineZero si trovano a Annone Veneto.

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 fitodepurazione riducendo il sistema idrico, legato alla produzione del vino, del 50%.





IL CONCEPT

VINO E NATURA

Per rappresentare il loro amore per il vino e per la natura ho deciso di ispirarmi alle foglie dei vigneti ricreandole con la tecnica del monotipo.

Come prima cosa ho scelto tre colori che potessero rappresentare al meglio i tre vini, quindi il rosso il rosa e il giallo, tenendolo come colore di sfondo collegato alla tipologia dei tre vini.

Sucessivamente ho cercato di creare una composizione sovrapponendo i vari rami con le foglie, ottenendo un vero e proprio intreccio che potesse appunto ricordare i vigneti.



IL TARGET

MILLENNIALS

Il vino in lattina 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, sono predisposti al cambiamento e sono spesso attenti alle ultime tendenze ricercando sempre un rapporto qualità-prezzo.



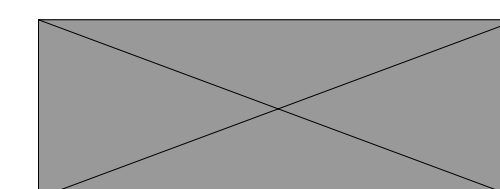


IL MERCATO

PUNTI VENDITA

Il mercato con cui winezero deve concorrere si trova nel Nord d'Italia. Si pensa sempre di più che il vino in lattina possa essere un trampolino di lancio per le aziende vinicole in quanto ci sono maggiori possibilità di consumo come ai concerti, nei parchi, nelle spiagge e nei mezzi di trasporto pubblici (aereo, treno).

I punti vendita in cui si potrebbero trovare i vini di Winezero sono: negozi biologici, enoteche, wine bar, ristoranti.



IL PACKAGING PRIMARIO



IL PACKAGING SECONDARIO



LA LINEA









Cannaregio 1798
30121 Venezia – Italia