



20 febbraio 2013

## IMPACCHETTANDO... CAFFÈ!

A CURA DI Cecilia Cantadore

*Un esempio di come i nastri, coerenti e brandizzati, possano diventare parte fondamentale del packaging*

Ogni dono che si rispetti ha bisogno di un pacchetto speciale. Allo stesso tempo, tutti i prodotti di alta qualità devono presentarsi ai potenziali consumatori in una veste adatta a valorizzarne il contenuto, per stimolare gli acquirenti e comunicare un valore.

Partendo da questi presupposti Brizzolari, azienda produttrice di articoli legati ai nastri decorativi, ha presentato il suo modo di confezionare... il caffè.

Normale, ristretto, lungo, macchiato caldo o freddo, schiumato, in tazza grande, doppio oppure shakerato... il caffè, in Italia, è una vera istituzione. Al bar o a casa, lo si beve spessissimo e l'assaporarlo insieme diventa un momento di incontro e di socializzazione. Non solo lo si beve ma lo si regala: il caffè è un dono sempre apprezzato, piace a tutti e ce ne sono di mille tipi diversi.

Per questo motivo Brizzolari ha dedicato proprio al caffè una apposita texture, che fa parte delle numerose proposte di nastri in tessuto, in polipropilene e personalizzati prodotti dall'azienda.

Leitmotiv fondamentale è il colore, che a colpo d'occhio ci porta ai toni del caffè, ce ne fa immaginare l'aspetto, ce ne fa pregustare il sapore. Marrone, oro, panna e beige sono quindi i colori che vestono chiudiborsa, sacchetti e fiocchi dalle tonalità calde e avvolgenti. In questo modo si crea un prodotto che comunica coerenza e qualità.

La ciliegina sulla torta, potrebbe essere l'utilizzo di un nastro brandizzato e personalizzato, per giocare ancor più con il colpo d'occhio e per far sì che nella mente di chi riceve il regalo si imprima in modo indelebile il ricordo del brand.