

ETICHETTA CONSAPEVOLE.

Non Sprecare il Buono: Leggere per Scegliere.

Perché sprechiamo? Perché non riusciamo a leggere.

Testi Microscopici

Valori nutrizionali e ingredienti illeggibili a occhio nudo.



Sovraccarico Visivo

Colori sgradevoli e design che confondono l'occhio anziché guidarlo.



Posizionamento Nascosto

Scadenze relegate sul fondo, sulle saldature o sui tappi

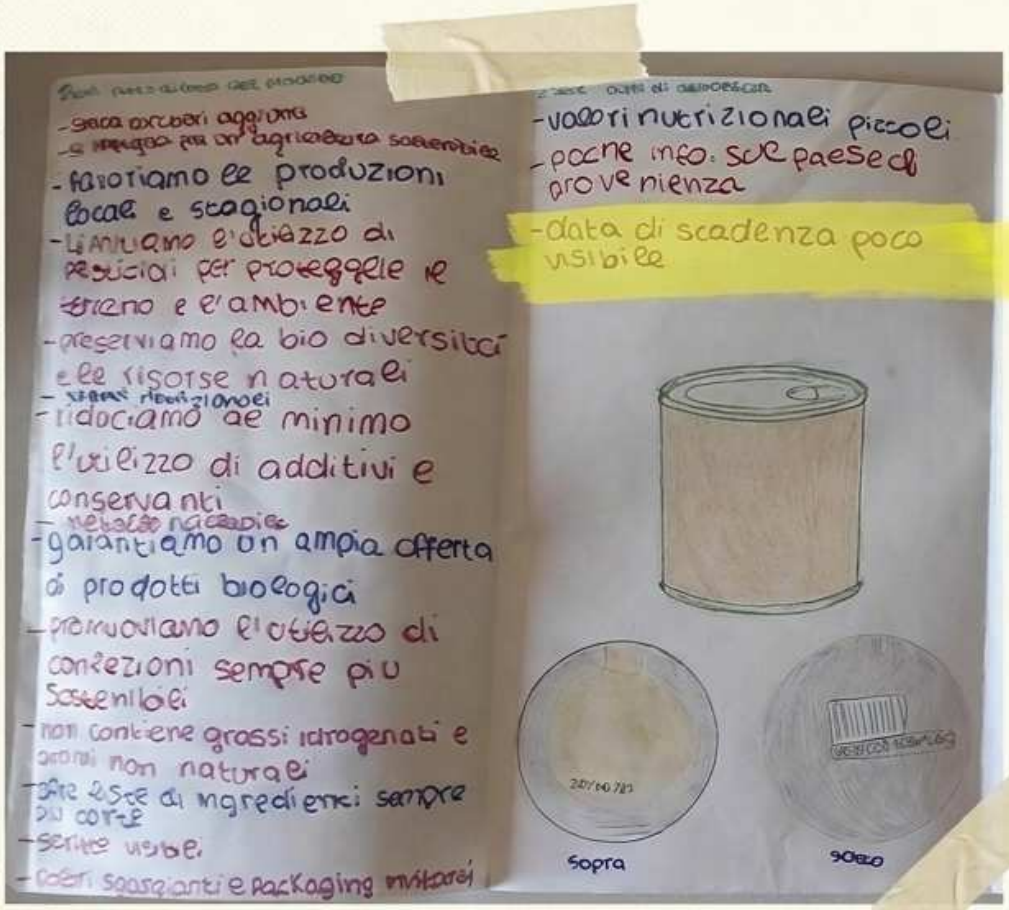
Analisi sul Campo: Cosa troviamo sugli scaffali?



Abbiamo analizzato i prodotti di uso quotidiano per mappare i veri **Punti di Forza**, le **Debolezze** e i **Risultati di Ricerca.**

Il verdetto?
L'industria nasconde sistematicamente ciò che ci serve di più.

Caso Studio 1: Sostenibile, ma invisibile.

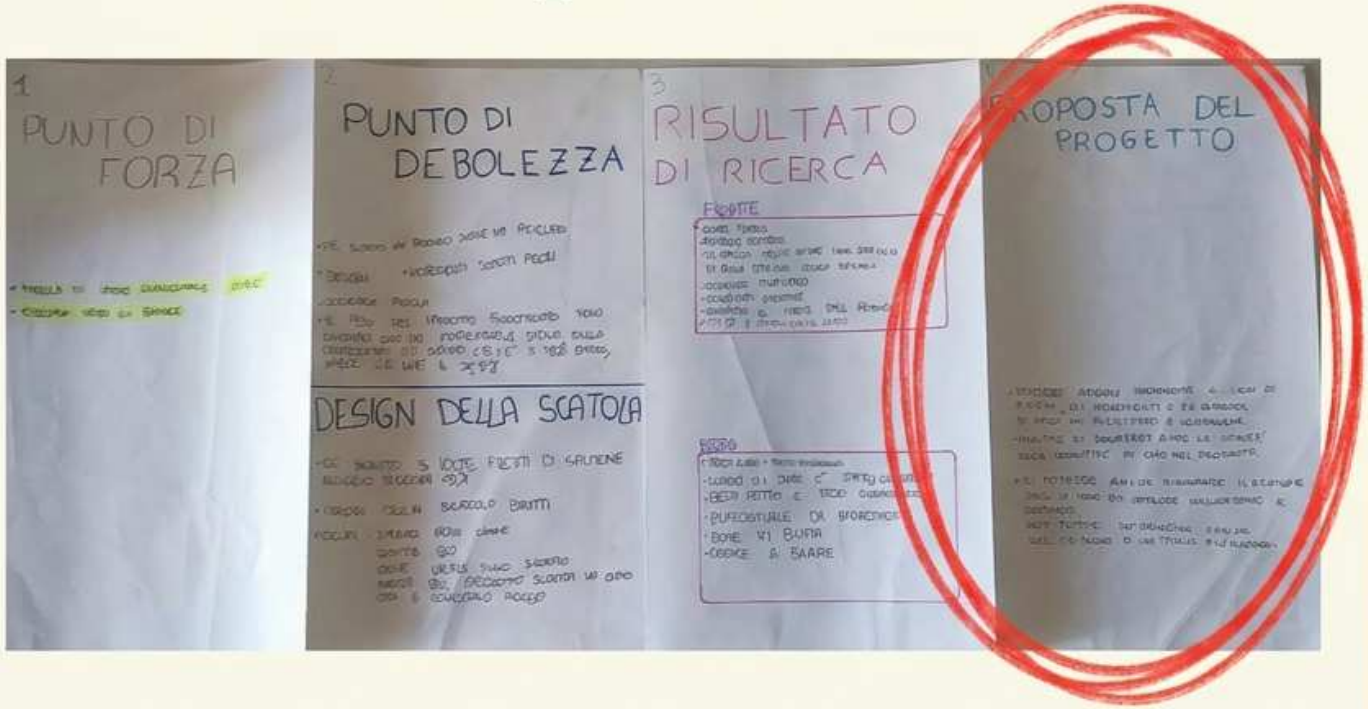


✅ **Forza:** Impegno agricolo, packaging sostenibile, assenza di zuccheri.

❌ **Debolezza:** Valori nutrizionali minuscoli, provenienza poco chiara.

🔍 **Il Vero Problema:** Data di scadenza illeggibile, nascosta in inchiostro sbiadito sul fondo o sul tappo.

Caso Studio 2: Leggerezza visiva, peso ingannevole.

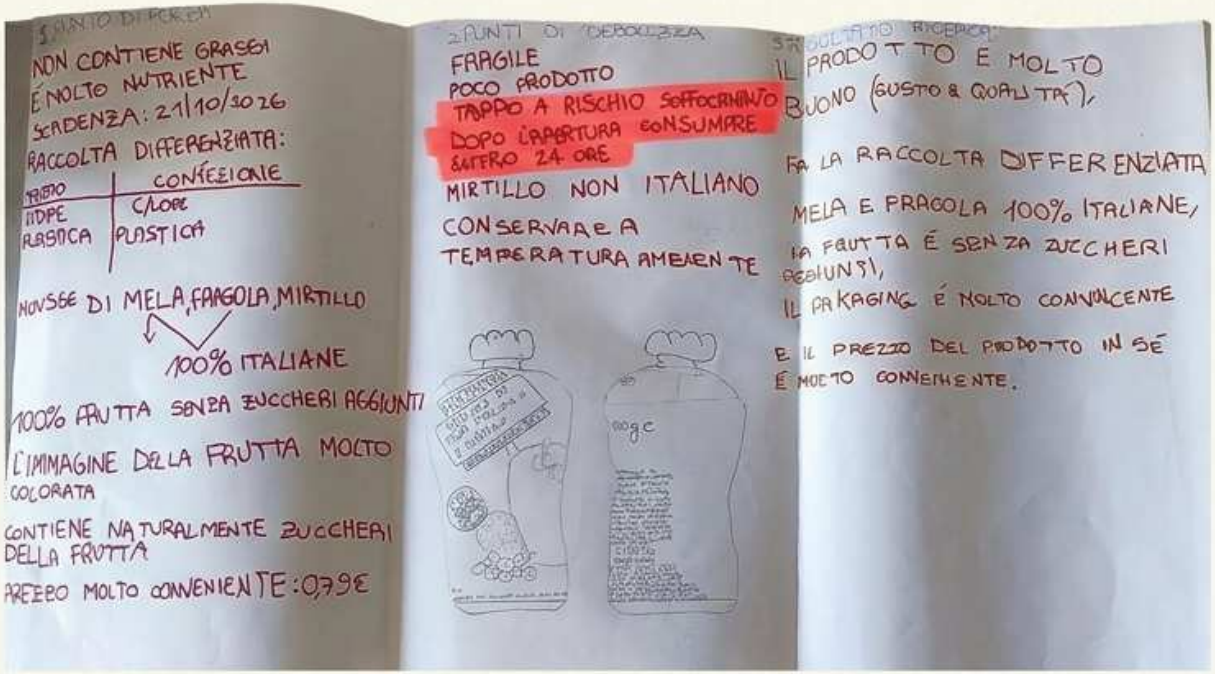


✅ **Forza:** Scadenza nero su bianco, tabella nutrizionale visibile.

❌ **Debolezza:** Discrepanza sul peso sgocciolato vs % di olio. Ingredienti scritti in modo minuscolo.

💡 **Proposta di Ricerca:** Ingrandire loghi di riciclo e scadenza. Dichiarare la 'verità' sul prodotto. Rinnovare il design per guidare il consumatore.

Caso Studio 3: Il potenziale inespresso.



✅ **Forza:** Prodotto 100% italiano, indicazioni per la raccolta differenziata eccellenti, prezzo conveniente.

❌ **Debolezza:** Tappo a rischio soffocamento, consumare entro 24h, mirtillo non italiano.

🎯 **Conclusione:** Un prodotto valido che necessita di un packaging capace di comunicare istruzioni di sicurezza con immediatezza.

Il nuovo standard visivo: Impossibile da ignorare.

Interruzione del Pattern:
Un'aletta tridimensionale che spezza la forma convenzionale del cartone.

Singolo Messaggio:
"DA CONSUMARSI ENTRO IL 18 OTTOBRE 2024". Nessun testo di contorno a rubare l'attenzione.

Orientamento Frontale:
L'informazione non va cercata;
è l'informazione che trova il consumatore.



La riprogettazione: Dati essenziali e onesti.



Scadenza Frontale:
Gigante, inequivocabile.

Origine Chiara:
Prodotto in Norvegia.

Nessun inganno.

Trasparenza sul Peso:
Evidenziato il peso sgocciolato reale (184g) rispetto al peso totale (250g).

Informazioni centrali e cromaticamente codificate.



Fronte e Centro

La data di scadenza è inglobata nel logo stesso del prodotto. Lo spazio più prezioso dedicato all'informazione più vitale.

Psicologia dei Colori

Utilizzo del verde per comunicare freschezza e sicurezza immediata.

Trasparenza

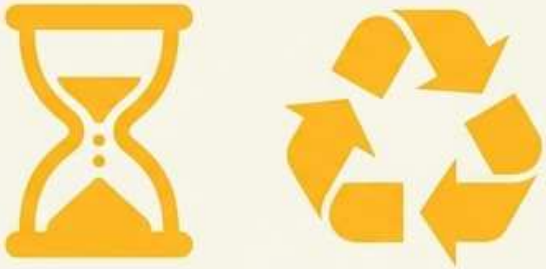
Spazio mantenuto per le indicazioni dei materiali di riciclo (Plastica HDPE / C/LDPE) senza sacrificare l'impatto visivo.

Un linguaggio visivo che non richiede traduzioni.



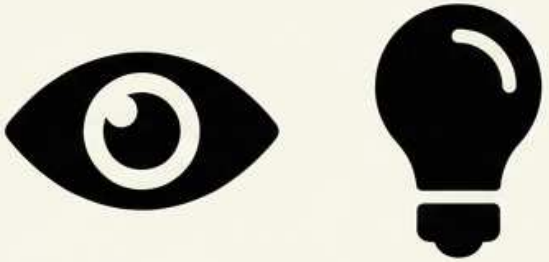
SICUREZZA

Freschezza garantita
e limite invalicabile
per la salute.



QUALITÀ

Attenzione. Il prodotto perde
le proprietà organolettiche
ottimali, ma non è pericoloso.



AZIONE UMANA

Richiesta di intervento
attivo tramite l'uso dei
propri sensi.

La regola fondamentale: Sicurezza contro Qualità.

DA CONSUMARE ENTRO



- **Significato:** Termine ultimo per la salute. Dopo, il cibo può essere nocivo.
- **Prodotti:** Latte fresco, carne, pesce, formaggi.

🚫 NON MANGIARE.
Scarta immediatamente.

DA CONSUMARSI PREFERIBILMENTE ENTRO (TMC)



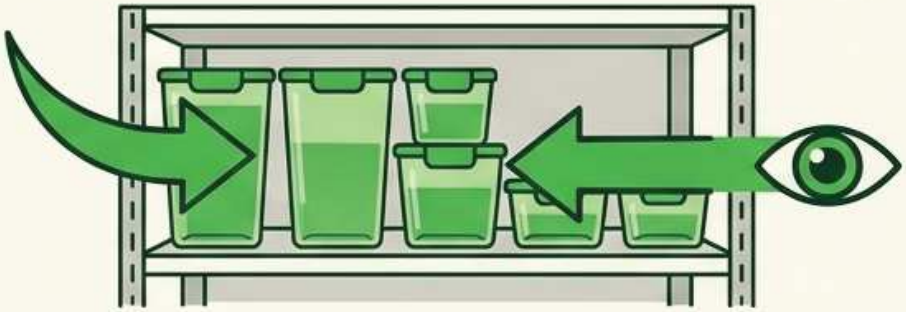
- **Significato:** Termine Minimo di Conservazione. Il cibo è sicuro, perde solo fragranza.
- **Prodotti:** Pasta, riso, scatolame, biscotti.

✅ SI PUÒ MANGIARE.
Controlla prima di buttare.

Il bivio decisionale del consumatore.



L'organizzazione domestica è il primo filtro.



LA REGOLA F.I.F.O.

First In, First Out. Posiziona i prodotti appena acquistati sul retro.



CONSERVAZIONE & SPESSO BUONO OLTRE

La validità della scadenza dipende interamente da una **corretta conservazione** (rispetto della catena del freddo o al riparo dall'umidità). I **prodotti secchi sigillati** durano mesi oltre il TMC.

La formula per sconfiggere lo spreco alimentare.

DESIGN TRASPARENTE
(Materiali innovativi +
Scadenze evidenti e frontali)

+

CONSUMATORE EDUCATO
(Conoscenza del TMC +
Uso attivo dei propri sensi)

=

ZERO SPRECO ALIMENTARE

Leggere per scegliere, capire per non sprecare.