

COMUNICATO STAMPA

Concorso fotografico Packlick: “buon packaging” cartaceo e sostenibile, fotografia di qualità e talento giovanile, elementi caratterizzanti del contest. In pieno svolgimento le iscrizioni

Il concorso di fotografia, che chiude le iscrizioni il 27 aprile 2016, ha al centro dei suoi due temi il packaging cartaceo, la sua “bontà”, funzionalità, responsabilità, sostenibilità e creatività, secondo le definizioni del libro “Il buon packaging”(Ed. Dativo) dell’Industry Council for Packaging, di Comieco, della Carta etica del Packaging e del libro “Good design” di Bruno Munari. Il contest premia la fotografia creativa e non solo tecnica, realizzata con fotocamere digitali e si rivolge agli studenti di fotografia dai 19 ai 30 anni

Il packaging cartaceo è al centro di **“Packlick, concorso fotografico 2016 - Memorial Giuseppe Meana”**. Non solo, infatti, il contest è promosso da Gifasp - Gruppo Italiano Fabbricanti Astucci e Scatole Pieghevoli in collaborazione con l’Azienda Pusterla 1880 Spa di Tradate, multinazionale specializzata in packaging cartaceo di lusso, ma la comunicazione del packaging cartaceo è il tema fondamentale del concorso, insieme alla sua sostenibilità e alla funzione anti spreco. I due temi del contest, **“Sostenibilità del packaging cartaceo”** e **“Il packaging cartaceo, potente mezzo di comunicazione del prodotto”**, non sono altro che concetti attualissimi legati all’ampio mondo del packaging e dell’imballaggio.

Il buon packaging è uno dei concetti rivoluzionari del settore ed è il protagonista del libro **“Il buon packaging”, edito da Edizioni Dativo**, con progetto scientifico e coordinamento di Laura Badalucco, Direttore del corso di laurea triennale in Disegno Industriale e multimedia all’Università IUAV di Venezia e la collaborazione di Eliana Farotto, Responsabile Ricerca & Sviluppo Comieco, uno dei giurati di Packlick. In questo volume si afferma che *“il concetto di buon packaging è connesso ad un insieme di fattori di carattere funzionale, ma non solo. Si chiede al packaging di rispondere ad istanze che sono connesse alla sostenibilità ambientale così come a quella economica, alla qualità dei materiali che lo compongono e al ruolo che potranno avere quando l’imballaggio avrà concluso la sua vita utile. L’insieme di questi aspetti è fortemente connesso all’idea di imballaggio responsabile”* (pag. 18).

Il concetto chiave di “imballaggio responsabile” o “buono” ha in ogni caso diverse definizioni (sempre tratte dal libro “Il buon packaging”). Eccone alcune: l’ “Industry Council for Packaging and the Environment UK” dichiara che *“il packaging deve essere considerato insieme al prodotto e ai suoi modi d’uso. Un buon packaging è quello che protegge il prodotto durante il suo viaggio da allevamenti/coltivazioni/aziende fino all’utente finale con il minor impatto ambientale e la minor produzione di rifiuti derivati dal prodotto e dall’imballaggio usato”*(pag. 19), mentre **Comieco - Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica** sostiene che *“l’imballaggio responsabile è leggero, è monomateriale, è creativo, è funzionale. L’imballaggio responsabile concilia tutela dell’ambiente, equità sociale e sviluppo”* (pag. 20).

La **Carta etica del Packaging**, promossa nel 2012 da Edizioni Dativo in collaborazione con il Politecnico di Milano - Dipartimento di Design e patrocinata dall’Istituto Italiano Imballaggio, afferma, invece, che *“il packaging è dappertutto. È un oggetto la cui diffusione si esprime in tutta la sua evidenza: ogni anno, ognuno di noi entra in contatto con almeno 8.000 imballaggi. È un mezzo potente, più di quanto spesso si consideri. È un oggetto trasversale, un vero e proprio oggetto di massa, che si dà per essere usato da tutti; è emblema del nostro modello di consumo, di un consumo che deve vederci sempre più responsabili. È ‘esca’, attraverso la propria capacità seduttiva, che ci attrae nella rete degli acquisti e che ci lusinga. Al tempo stesso, è strumento necessario senza il quale non potremmo disporre di prodotti essenziali: alimenti delicati,*

farmaci salvavita, prodotti fragili... È mezzo indispensabile per far circolare in sicurezza nel tempo e nello spazio i prodotti che consumiamo, per garantire derrate, per sopperire a bisogni, per trasferire le informazioni riferite al prodotto, alle sue modalità d'uso, ai suoi benefici e ai suoi vincoli, per offrire servizi che ne accompagnino il consumo”.

In sintesi, il packaging, per essere un buon packaging, deve essere responsabile, equilibrato, sicuro, accessibile, trasparente, informativo, contemporaneo, lungimirante, educativo e sostenibile, così come lo definisce la Carta etica del Packaging. Di più: il buon packaging nella nostra cultura e società deve possedere innovazione, design, essere risorsa e non rifiuto, protezione, comunicazione, riuso e riutilizzo e da contenitore funzionale può essere un driver di comunicazione con la costante del riutilizzo.

Concludiamo questa carrellata sul packaging con le parole dell'artista e designer italiano **Bruno Munari**, che nel suo libro **“Good design”** (Corraini Edizioni, 1963) descriveva il suo esempio di packaging perfetto: un'arancia. Per lui il frutto era, infatti, comprensivo di packaging e dichiarava che *“la natura è la prima produttrice di confezioni al mondo: ogni tipo di buccia, guscio o pelle esiste per proteggere il prodotto contenuto al suo interno”*.

Il concorso fotografico Packlick vuole promuovere la fotografia di qualità, realizzata con fotocamere digitali e non con smartphone o cellulari: è richiesta la creatività e non solo l'abilità tecnica nell'interpretare con le foto il packaging cartaceo. Un altro degli obiettivi del contest è quello di evidenziare prima e premiare poi il **talento giovanile**: è, infatti, rivolto a **studenti e studentesse di ogni nazionalità di età compresa tra i 19 e i 30 anni, iscritti ad un corso di fotografia negli anni 2014, e/o 2015, e/o 2016** presso accademie, università, fondazioni universitarie, scuole ed istituti situati in Italia e **riconosciuti dal Miur** (Ministero dell'Istruzione, dell'Università e Ricerca) o accreditati a livello regionale.

Concorso fotografico Packlick: chiusura delle iscrizioni il 27 aprile 2016.

Info: <http://www.packlick.it/>; press@packlick.it

Sponsored by:

