

Semestrale di cultura del packaging, arte, design e comunicazione

impactt

CONTENITORI E CONTENUTI



1/2007 € 11,00



Dove Guarda l'Universo

Virginio Briatore



Il venditore di biscotti ha le mani infarinate. Taglia l'impasto premendoci sopra un bicchiere di latta. Poi prende i piccoli dischi e li sistema su una teglia grande poco più di un piatto. Li sistema con cura, uno per uno, di taglio, appoggiati l'un l'altro, come fossero tegole del tempio d'oro.

Indi ravviva il fuoco con un mantice così piccolo che sembra un giocattolo, aggiunge carboni di legna e quando le braci hanno il colore della mura della Fortezza Rossa le separa in due mucchietti. Poi sistema la teglia sulle braci e vi pone sopra un coperchio di latta dal bordo rialzato all'insù.

Indi ricopre il coperchio di braci e i biscotti restano a cuocersi in questo forno da nulla, liberando nell'aria il profumo che occhio non vede.

Ed è il profumo che ti fa girare la testa, ti fa fermare e chiedere 5 rupie di biscotti.

Allora lui, sempre da seduto, nel suo ergonomico laboratorio-forno-pasticceria di un metro, all'angolo di una strada di terra e asfalto, ai piedi di una fortezza, nel cuore di una megalopoli costruita distrutta e ricostruita in sette posti diversi e vicini per duemila anni, nella più grande democrazia della Terra, alza gli occhi e sorride.

Prima di servire i biscotti, che già sono disposti su un disco di latta, appoggia il disco sulle braci, affinché il sacro fuoco ravvivi, del biscotto, l'anima, la croccaneria e la croccantezza! Poi afferra con due dita uno dei fogli di giornale - ritagliati su misura e ordinatamente stipati fra la parte forno e la zona



esposizione - lo arrotola a forma di cono e vi rovescia dentro la delizia povera e buona.

Se lo mangiate subito il packaging finisce lì.

Se invece lo portate via, Indi chiude la sommità del cono e lo avvolge in un secondo foglio di giornale affinché il calore vi accompagni anche in tasca e vi aiuti nel vento fresco dell'inverno che scende dall'Himalaya.

Il venditore di ceci, noccioline e arachidi opera in maniera simile, solo che il fornello-braciere-drogheria lo tiene appeso al collo e se tu non vai da lui, lui lentamente, gentilmente, viene da te. Tu

013



scegli ceci, arachidi o noccioline ed allora lui estrae un pezzo di legno, lo inserisce nel braciere, prende una manciata di frutti o legumi e li riversa in una mini padella da caldarroste, dotata di una manovella come gli antichi macinacaffè.

Poi la poggia sulle braci e gira e tosta, tosta piano e lento gira per quei pochi minuti che a te sembrano un frammento di eternità, finché l'aroma non si sprigiona e ti dice che la sostanza si trasforma in nutrimento e sapore.

A quel punto, se siamo a Mumbai o a Chennai, lui prende il solito pezzetto di giornale, ma molto piccolo, più piccolo di una cartolina, e lo

usa come cartoccio per servire i grani croccanti e se invece siamo in un villaggio piccolo e povero di cui non si ricorda neanche il nome, lui fa lo stesso gesto, ma anziché la carta usa una foglia secca e umida, che si arrotola morbida come una foglia di tabacco e sublime si sposa con l'altrui calore e sapore. Con questo caldo "blister" di natura, il bipede umano si allontana lieto e sgranocchia i semi del mondo. Poi ci sono le scatole dei fiammiferi (con sopra una lampadina!) così piccole che si perdono nelle tasche e le scatole fatte con le foglie del the in foglia; ci sono scatole di latta per i peccati di gola e

Ci sono designer senza nome che rifanno a mano insegne e scatole, designer puri come una fabbrica d'arte e ci sono fabbriche immense che fanno packaging per tutti i miliardi di prodotti che ogni giorno entrano nella vita di un miliardo e cento milioni di bipedi umani.

Le tecnologie massime coesistono con le minime perché in India tutte le esistenze coesistono e molti umani ancora sanno guardare lontano.

Come scrive Ettore Sottsass «Dove guarda l'universo? In silenzio, l'universo rotola su se stesso, manda fuori radiazioni, temperature, gravitazioni, accelerazioni, eccetera e

guarda nel vuoto.

Dove guardano le primavere, gli inverni, le tempeste, dove guarda il mare? Nel vuoto. Soltanto noi guardiamo la chiave dell'antifurto, il portamonete, l'orologio, la data di nascita, il nome sulla carta di identità fornita dal municipio. Invece in India ci sono quelli che guardano nel vuoto».

Da non confondere col sottovuoto.

Virginio Briatore, studioso dei linguaggi contemporanei, si occupa prevalentemente di Life Design. La sua vita professionale si articola in varie attività, tutte inerenti il design: copy writer, consulente aziendale, scrittore freelance e saggista, ha partecipato a convegni e seminari in tutto il mondo. L'ultima sua pubblicazione è Nirvana Inferno, ed. Leucasia, 2006.



scatole d'argento per i peccati di mente; scatole di legno che profumano cento e dieci anni e scatole traforate affinché l'aria porti refrigerio. Ci sono milioni di scatole, buste, sacchetti, flaconi e scrigni che, per quanti siano, saranno sempre meno degli dei che abitano templi, alberi e pietre. Ci sono tutti i packaging comparsi sul mercato da quando il mercato esiste.

What the Universe Gazes Upon

Virgino Briatore

The biscuit seller's hands are covered in flour. He cuts the dough by pressing down a tin beaker. Then he takes the small discs and arranges them on a tray which is little bigger than a plate. He arranges them carefully, one by one, leaning them against each other, as though they were roof-tiles on a golden temple. Indi then fans the fire with a bellows which is so small it resembles a toy, adds charcoal and, when the embers are the colour of the walls of the Red Fortress, divides them into little piles. Then he puts the tray on the embers and covers it with a tin lid with curled-up edges. Indi then covers the lid with embers and the biscuits bake in this oven, made from nothing, releasing their appetising smell into the air, something the eye cannot see. And it is the wonderful smell that turns your head and stops you in your tracks to ask for 5 rupees of biscuits.

Then he, who remains seated, in his ergonomic one metre large workshop-oven-patisserie, on the corner of a dirt and tarmac road, at the foot of a fortress, in the heart of a megalopolis built, destroyed and rebuilt in seven different places close to each other two thousand years apart, in the largest democracy in the world, lifts his eyes and smiles.

Before he serves the biscuits, which are already arranged on a tin disc, he places the disc on the embers so that the holy fire will revive the biscuit's soul and crunchiness! Then, with two fingers, he takes a sheet of newspaper- cut to the right size and tidily packed between the oven space and the shop-front - rolls it into a cone and fills it with the cheap and tasty treat.

If you eat it straightaway that's all the packaging you get. Instead, if you take it away, he folds over the top of the cone and wraps it in a second sheet of newspaper, so that the heat will be carried in your pocket and help you in the cold winter wind blowing down from the Himalayas.

The seller of chickpeas, nuts and peanuts operates in a similar way, only he keeps his stove-brazier-foodstall hanging from his neck and if you don't go to him he will kindly come to you. You choose chickpeas, peanuts or nuts and then he pulls out a piece of wood, puts it in the brazier, takes a handful of fruit or vegetables and pours them into a mini pan for roasting chestnuts, equipped with a crank like an antique coffee grinder.

Then he puts this on the embers and spins and roasts, roasting slowly, spinning gently until it seems like a

fragment of eternity and until the fragrance is released and he tells you the stuff is now nourishment and flavour. At that point, if we are in Mumbai or Chennai, he takes the usual piece of newspaper, but a very small piece, smaller than a postcard, and uses it as a cornet in which to serve the crunchy grains. If, on the other hand, we are in a small, poor village nobody even remembers the name of, he performs the same gesture but, instead of using paper, he uses a moistened dry leaf which he rolls softly like a leaf of tobacco and which sublimely mingles the heat and the flavour. With this hot "blister" from nature, the human biped moves away, gratefully nibbling the seeds of the world. Then there are the match-boxes (with a little light-bulb on top!), so small that you lose them in your pockets, and the boxes made of tealeaves. There are tin boxes for sins of gluttony and silver boxes for sins of the intellect; wooden boxes which release their perfume for a hundred and ten years and boxes with holes in them so that the air can cool the contents.

There are millions of boxes, packets, bags, bottles and caskets which, however many there are, will always be fewer than the gods which inhabit the temples, trees and stones.

There is every type of packaging to appear in the market since the market came into being.

There are nameless designers who make signs and boxes by hand, designers as pure as an art workshop, and enormous factories which produce packaging for all the billions of products which enter the lives of one billion one hundred million human bipeds everyday.

Maximum technology coexists with minimum technology because in India all existences coexist and many humans are still able to gaze afar.

As Ettore Sottsass writes: «What does the universe gaze upon? Silently, the universe rotates on itself, emanating radiation, temperatures, gravity, accelerations, etcetera, and gazes upon the void. What do springs, winters, storms, the sea gaze upon? The void. Only we gaze at the key of the car alarm, the purse, the clock, the date of birth, the name on the identity card issued by the local authorities. Instead in India there are those who gaze upon the void».

Not to be confused with the vacuum of vacuum packaging.

Virgino Briatore, expert in contemporary languages, is mainly concerned with Life Design. Professionally he is involved with various aspects of design. A copy writer, business consultant, freelance writer and essayist, he has spoken at conferences and seminars all over the world. His latest publication is *Nirvana Inferno*, published by Leucasia, 2006.

Packaging Full Immersion allo IED

Il Master RSP in Packaging Design proposto dall'Istituto Europeo di Design è un corso di formazione avanzata per la progettazione di packaging industriali, al termine del quale i partecipanti potranno agevolmente affrontare ogni tipo di progetto e relazionarsi alle diverse strutture e figure presenti nel sistema "packaging" (aziende, fornitori di materiali, distributori). Il corso è rivolto a professionisti del settore, grafici, architetti e designer che desiderano acquisire un'adeguata formazione per immaginare e disegnare prodotti e tecnologie innovative, nuove funzioni e scenari d'uso.

Il Master offre strumenti conoscitivi,

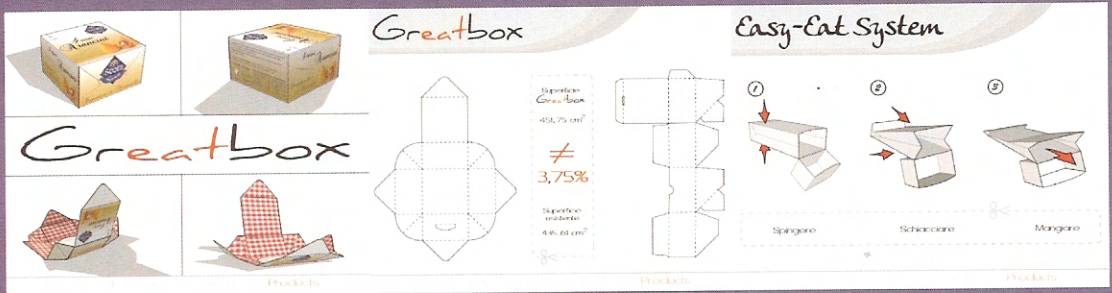
pratici e teorici, per affrontare il progetto dell'imballaggio in tutte le sue fasi: dall'ideazione allo smaltimento, passando per il punto vendita e l'utilizzo da parte del consumatore.

Alle lezioni teoriche si affiancano workshop di progetto, seminari culturali, partecipazioni a concorsi, cicli di conferenze, visite ad aziende e stabilimenti di produzione. I progetti sviluppati sia all'interno di laboratori, sia a contatto diretto con le imprese, permettono agli studenti di mettere costantemente alla prova la propria creatività e le proprie capacità di sintesi progettuale.

L'edizione 2005/2006 del Master ha visto gli studenti misurarsi in

diverse tipologie di progetti, come la creazione di un packaging per snack, l'ideazione di un'etichetta per bottiglie di vino e lo studio di un packaging espositore per piastrelle.

Il primo lavoro, in ordine temporale, è stato "Car-snack", in collaborazione con Lineagraf, finalizzato allo sviluppo di un packaging cartaceo, con funzioni innovative, per snack dolci e salati da consumare in automobile e che preveda facilitazioni d'uso per il conducente. Uno dei progetti è stato realizzato dal francese Clément Popelin insieme alla studentessa cinese Qi Pan (Graphic Designer). «La difficoltà del progetto - spiega Clément - risiede



nella sua apparente semplicità. L'azienda ha chiesto un packaging innovativo vantaggioso per il consumatore, senza aumentare i costi di produzione. Nella mia proposta l'involucro si può aprire del tutto raggiungendo quasi il doppio della superficie iniziale, il che consente al guidatore di utilizzarlo come supporto per mangiare senza sporcare l'automobile. All'interno, un effetto a sorpresa: il disegno di piatto, forchetta e coltello con lo sfondo di una tipica tovaglia rustica a quadretti bianchi e rossi. Questo

dettaglio è piaciuto molto al cliente». Un Progetto Speciale che ha coinvolto gli studenti del Master è stata la creazione di un'etichetta celebrativa del centenario della Cantina vinicola di Casteggio.

Ancora una volta ha ricevuto una menzione speciale Clément Popelin, che così commenta il suo lavoro: «Il mio concept è ispirato alle scritte in gesso bianco su una lavagna nera. Quindi ho riportato in colore bianco, in ordine cronologico, tutti gli anni a decorrere dal 1907, anno di fondazione della Cantina, fino al 2007, l'unico scritto in oro. Gli anni erano tutti sbarrati eccetto l'ultimo». Paula Franke, studentessa tedesca, si è invece aggiudicata la menzione speciale "per la pulizia formale della grafica".

Paula descrive così il suo progetto: «Ho ideato, mediante una grafica lineare e pulita, un grappolo d'uva stilizzato composto da nove acini tutti bianchi a esclusione del primo, posto in alto a sinistra, nel quale compare la cifra 100 che rievoca il centenario. In ogni etichetta il primo acino a sinistra ha un colore diverso per differenziare le tre tipologie di vino: l'argento per lo spumante, il bordeaux per il vino rosso e l'oro opaco per il vino bianco».

Infine, nella cornice dell'evento fieristico Tecnargilla 2006, gli studenti hanno lavorato a un altro Progetto Speciale, realizzando un packaging per piastrelle che potesse fungere

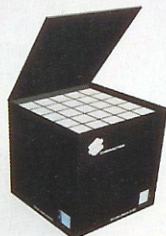
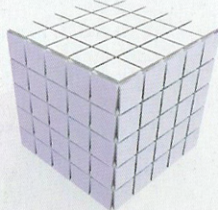
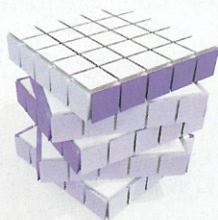
anche da espositore. Gokce Turkel, graphic designer turca ha ideato un packaging ispirato al concetto delle illusioni ottiche e del contrasto tra bianco e nero, mentre la proposta creativa di Paula Franke rievoca il celebre cubo di Rubik, ed è composta da 25 cubetti ricoperti da mini piastrelle che si possono accostare tra loro per valutare le diverse combinazioni cromatiche.

Da quarant'anni l'Istituto Europeo di Design opera nel campo della formazione e della ricerca, nelle discipline del design, della moda, delle arti visive e della Comunicazione. Oggi è un network Internazionale con sedi a Milano, Roma, Torino, Venezia, Madrid, Barcellona e San Paolo del Brasile, che organizza corsi triennali post-diploma, corsi di aggiornamento e formazione permanente, corsi di formazione avanzata e master post-laurea. L'apertura della sede a San Paolo del Brasile nel 2005, ha dato il via all'espansione del network oltre i confini europei, processo che trova conferma nella futura apertura di una sede a Rio de Janeiro. Ancora una volta l'Istituto Europeo di Design ha collaborato con le autorità locali e in novembre 2006 è stato raggiunto l'accordo per la concessione del Cassino da Urca, edificio storico per la città, che IED restaurerà e convertirà in Scuola.



**UFFICIO COMUNICAZIONE
ISTITUTO EUROPEO
DI DESIGN MILANO**

Fabrizia Capriati, Paola Farina
Corso XXII Marzo, 19
20135 Milano - Italy
Tel.: +39 02 55192963
Fax: +39 02 5457382
p.r@milano.ied.it
www.ied.it
www.iedmaster.it



Full Immersion in Packaging at the IED

The RSP Master in Packaging Design offered by the Istituto Europeo di Design is an advanced course for designing industrial packaging, at the end of which participants will be able successfully tackle any type of product and relate to the various structures and figures present in the packaging system (companies, materials suppliers, distributors).

The course is aimed at professionals in the sector, printers, architects and designers who wish to acquire training to be able to image and design innovative products and technologies, new functions and scenarios of use.

The Master offers informative, practical and theoretical tools, to enable the student to tackle the packaging project in all its phases: from creation to disposal, going by way of the salespoint and use by the consumer.

The theoretical lessons are accompanied by project workshops, cultural seminars, participation at competitions, conference cycles, visits to companies and production works. The projects devised both within the workshops as well as in direct contact with the concerns, enable the students to constantly test their creativity and their capacity for project synthesis.

In the 2005/2006 edition of the Master the students tackled various types of projects, the design of packaging for a snack, the design of a label for wine bottles and design of a packaging display case for tiles.

The first task the students were called upon to tackle was the "Car-snack"; in cooperation with Lineagraf, the brief being to design a paper packaging with innovative functions for sweet and salty stacks to be eaten in the car, with facilitated use for the driver. One of the projects was created by the French student Clément Popelin along with the Chinese student Qi Pan (Graphic Designer). «The project's difficulty - Clément explains» lies in its apparent simplicity. The company brief was for an innovative packaging design offering advantages for the consumer without increasing production costs. In my proposal the wrapper can be opened totally to cover almost double the initial surface, enabling the driver to use it as a base for eating without dirtying the car. There's a surprise inside: the illustration of a plate, knife and fork on a typical rustic red and white chequered tablecloth design. The customer liked this detail a lot».

As a Special Project the students on the Master course were called upon to create a celebratory label for the centenary of the Casteggio Wine Cellars. Once again Clément Popelin received a special mention. He comments his work as follows: «My concept was inspired by white chalk writing on a blackboard. I went on to chronologically list all the years starting from 1907, year the Cellars were founded, up to 2007, the only year written in gold. All the years were crossed through except the last one». Paula Franke, a German student in turn won a special mention for "the formal cleanness of the graphics". Paula described her project as follows: «Using clean, linear graphics I created a stylised bunch of grapes with nine grapes, all white except the first one, placed top left, where I put the figure 100 that represents the centenary. In each label the first grape on the left has a different colour to distinguish the three different types of wine: silver for Spumante, burgundy for red wine and flat gold for white wine».

Lastly, in the context of the Tecnargilla Fair 2006, the students all worked on another Special Project, creating a packaging for tiles that could also act as a display case. Gokce Turkel, a Turkish graphic designer, created a packaging design inspired on the concept of optical illusion and the contrast between white and black, While Paula Franke's idea is a throwback to the famous Rubrik's cube, and is made up of 25 cubes covered by mini tiles that can be matched to work out different colour combinations.

For forty year the Istituto Europeo di Design has been working in the field of Training and Research, in the disciplines of Design, Fashion, Visual Arts and Communication.

Today it is an international network with branches in Milan, Rome, Turin, Venice, Madrid, Barcelona and Sao Paolo, Brazil, and organizes triennial post diploma courses, permanent training and update courses, advanced training and post graduate courses.

The opening of the Sao Paolo branch in Brazil in 2005 marked the expansion of their network beyond Europe, a process that will be confirmed in the future with the opening of the branch in Rio de Janeiro. Yet again the Istituto Europeo di Design has cooperated with the local authorities and in November 2006 the agreement was reached for the concession of the Cassino da Urca, one of the city's historic buildings, to be restored and converted by IED into a school.