

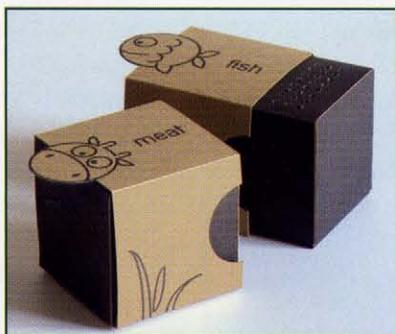
## Premio Pro Carton Extra Market 2005

Idee giovani da tutta Italia. I vincitori parteciperanno d'ufficio alla competizione internazionale del 2006.

Promuovere il cartoncino come materiale da imballo, supportandone la valorizzazione presso gli esperti di design e presso gli studenti, ovvero tra i professionisti del domani. È questo l'obiettivo del Premio Pro Carton Extra Market, concorso per il miglior pack - inedito - in cartone e cartoncino. La giuria - composta da i più noti studi di design in Italia, i direttori marketing di grandi aziende, le agenzie di pubblicità, i professori universitari, i rappresentanti della GDO, le associazioni di categoria e gli esponenti della filiera degli imballi in cartoncino (titolari di cartiere e cartotecniche) - ha già scelto i vincitori 2005 per le categorie Designer e Uso più innovativo del Cartoncino.

Ad assicurarsi il primo premio per la categoria "Designer" sono stati Laura Fiaschi e Gabriele Pardi, dello Studio Gumdesign di Viareggio (Lucca). Il pack realizzato - "Meat or Fish?" - è una confezione per spezie dalle linee essenziali. "In ogni cucina - spiegano i vincitori - ci sono almeno dieci barattoli di diverse qualità di spezie.

Abbiamo pensato di semplificare e ridurre in solo due confezioni le spezie necessarie, creando due miscele: una per la carne e una per il pesce". Una semplificazione nel contenuto in linea con quella del contenitore. La scelta del cartoncino, infine, è del tutto funzionale e conferisce al prodotto un'immagine naturale.



Per la categoria "Uso più innovativo del cartoncino", la vincitrice è Marta Mei di Buccinasco (Milano). "Per dare un nuovo valore d'uso al cartoncino - racconta la vincitrice - ho pensato di trattarlo come una materia.



Così, con un semplice foglio di cartoncino - manipolato, accartocciato, strizzato, lisciato, appallottolato - ho ottenuto un cuscino in cartoncino ammorbidito". CARTextile può essere utilizzato per produrre soft packaging, ma anche borse, complementi d'arredo, rivestimenti per ambienti.

La classifica della categoria Studenti verrà, invece, definita il 17 ottobre, durante la serata finale del Gran Prix Brand Identity (concorso promosso dalla rivista di comunicazione Pubblicità Italia, che premia le migliori realizzazioni di graphic design e packaging). Sarà quindi compito del pubblico in sala - ovvero dei professionisti del packaging & design, dei manager delle più importanti aziende investitrici, dei giornalisti di settore e delle scuole di

creatività e design - votare il miglior packaging realizzato tra i tre finalisti preselezionati dalla giuria tecnica.



In gara per questa categoria il "Drop's Project" di Serena Di Guida, il Pyxis Mus di Elisa Vanzillotta e "Rillo il Portarollo" di Candeloro Loris Latella. Tutti studenti del Corso di Disegno Industriale presso l'Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria.



Il Drop's Project altro non è che una piccola bottiglia per l'acqua, a forma di goccia. Il benefit principale di questo pack è la

riduzione delle sue dimensioni al diminuire del prodotto. Così la confezione occupa via via meno spazio. Il Pyxis Mus è, invece, una confezione porta-mouse. La grafica? Una fetta di formaggio, naturalmente.

E, infine, Rillo il Portarollo è stato pensato come dispenser ideale ed ecologico per i rotoli di carta igienica.

