

# PACKAGING PREMIÈRE

SHAPING LUXURY

---

MITTENTE	Ufficio Stampa Ad Personam per Packaging Première
OGGETTO	comunicato stampa n° 04
DATA	04.05.2017
LUOGO	Milano

---

## Le conferenze di Packaging Première illustrano il concetto di lusso nel packaging

Packaging Première dedica due giornate a conferenze di approfondimento sul tema del lusso nel packaging, considerandolo da diverse prospettive.

I contenuti delle conferenze di mercoledì 17 maggio sono orientati a far conoscere tecniche e tecnologie molto avanzate in modo da dare una panoramica delle opportunità effettivamente percorribili per art director, designer, brand manager.

Gli argomenti delle conferenze di giovedì 18 maggio sono orientati a presentare le macro-tendenze e il ruolo del packaging per i brand del lusso, saranno svolti da docenti universitari per offrire una visione complessiva e strumenti interpretativi utili per i manager del lusso.

Il calendario delle conferenze con temi e relatori è consultabile nel sito [www.packagingpremiere.it](http://www.packagingpremiere.it).

Per entrambi i cicli di conferenze è stata adottata la formula di relazioni di circa 30 minuti che sviluppano un tema ben circoscritto che viene affrontato sia dal punto di vista teorico sia con esempi concreti. Fra una conferenza e l'altra il pubblico ha il tempo di visitare la fiera e di soffermarsi negli stand per conoscere le novità proposte. Packaging Première, collocandosi nella prima parte dell'anno, è una piattaforma ideale per il lancio di nuovi materiali, contenitori dalle forme innovative, chiusure, guarnizioni e decorazioni originali. L'esposizione selettiva tocca tutti gli aspetti della filiera del packaging di lusso, offrendo una panoramica articolata, ricca di spunti che anticipano tendenze e aprono sorprendenti prospettive.

# PACKAGING PREMIÈRE

SHAPING LUXURY

MITTENTE	Ufficio Stampa Ad Personam per Packaging Première
OGGETTO	comunicato stampa n° 04
DATA	04.05.2017
LUOGO	Milano

## CALENDARIO CONFERENZE

<b>TITOLO</b>	<b>"Keep Me in Mind! Luxury packaging and its role in branding with a focus on the German market"</b>
<b>CONTENUTI</b>	More than in any other sector, the relationship between packaging of luxury items and consumers is of paramount importance. The buyer wants to recognize his product, love it and feel it as valuable. Some possibilities are shown in this session as well as examples of best practice of successful implementations of packaging design from the luxury segment. The lecture deals with the question: Is there a cookbook for successful packaging design in the luxury segment?
<b>RELATORI</b>	<b>Ute von Buch</b> , editor in chief of <i>Creativ Verpacken</i> , trade magazine for packaging, branding, design and marketing <b>Dietrich von Buch</b> , managing director of <i>Creativ Verpacken</i> , trade magazine for packaging, branding, design and marketing
<b>DATA</b>	Mercoledì 17 maggio 2017
<b>ORARIO</b>	10.30-11.00
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall
<b>NOTA</b>	Conferenza in inglese non tradotta

<b>TITOLO</b>	<b>"Decorare. Proteggere. Comunicare"</b>
<b>CONTENUTI</b>	Lo stato dell'arte e i trend per tecnologie, materiali e applicazioni destinati a trasformare il ruolo del packaging: da contenitore prezioso a portavoce d'immagine del brand, scrigno d'autenticità e strumento di comunicazione interattiva col proprio cliente.
<b>RELATORI</b>	<b>Gianni Azzaretti</b> , strategic marketing developer, Luxoro <b>Valentina Pozzati</b> , business manager trustconcepts, Luxoro
<b>DATA</b>	Mercoledì 17 maggio 2017
<b>ORARIO</b>	11.15-11.45
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall

<b>TITOLO</b>	<b>"La serigrafia, un mondo di effetti da scoprire!"</b>
<b>CONTENUTI</b>	La stampa serigrafica: segreti ed effetti. Questa tecnica di stampa, apparentemente povera ed arcana, può essere unica per gli effetti ottenibili con alcuni accorgimenti e tecnologie applicative. Per questo motivo Lorenz Boegli si è ritagliato uno spazio come uno tra i maggiori esperti mondiali di questa applicazione. Ha legato il suo successo a due fattori determinanti; innovazione su nuove tecnologie di stampa e l'utilizzo di pigmenti speciali. Merck ha dato un contributo importante alla ricerca di nuovi effetti cromatici ed ha brevettato con Mr. Boegli una nuovo sistema di stampa denominato "RGB". Durante la presentazione non ci limiteremo solo all'RGB, ma spazieremo in altri ambiti, mostrando diversi esempi di stampa. L'intento sarà quello di garantire un forte impatto visivo ed

# PACKAGING PREMIÈRE

SHAPING LUXURY

MITTENTE	Ufficio Stampa Ad Personam per Packaging Première
OGGETTO	comunicato stampa n° 04
DATA	04.05.2017
LUOGO	Milano

	unicità nelle grafiche ottenute. L'esperienza, la fantasia e la capacità di manipolare retini e telai, materie prime e supporti possono fare della serigrafia una tecnica di stampa inimitabile e irraggiungibile per qualità e effetto.
<b>RELATORI</b>	<b>Lorenz Boegli</b> , titolare dell'azienda svizzera Atelier für Siebdruck <b>Renato Pignarca</b> , account manager printing & security, Merck Spa
<b>DATA</b>	Mercoledì 17 maggio 2017
<b>ORARIO</b>	14.15-15.00
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall

<b>TITOLO</b>	<b>"Druckfarben, la tecnologia applicata alla comunicazione olfattiva nel packaging di lusso"</b>
<b>CONTENUTI</b>	Druckfarben ha creato la tecnologia per declinare su oggetti e materiali per il packaging le strategie di marketing delle aziende legate alla comunicazione olfattiva.
<b>RELATORI</b>	<b>Duccio Ruggero Ruggeri</b> , amministratore Druckfarben
<b>DATA</b>	Mercoledì 17 maggio 2017
<b>ORARIO</b>	15.15-15.45
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall

<b>TITOLO</b>	<b>"State of art of glass packaging for the luxury industry: the never-ending challenge"</b>
<b>CONTENUTI</b>	Glass is the leading material for primary packaging of luxury perfumery, cosmetics and spirits, playing a major role in customer experience and brand identity. As a leading glass manufacturing company, we will review some of the key aspects of this demanding and fascinating business: -the extreme technical challenges we face in glass forming and glass decoration -the operational excellence required to bring to the market increasingly complex products in increasingly tight timelines at the top quality -the commitment towards social and environmental sustainability -the soaring demand for innovation in processes and products, key to any business growth.
<b>RELATORI</b>	<b>Federico Montali</b> , spirits division manager, Bormioli Luigi
<b>DATA</b>	Mercoledì 17 maggio 2017
<b>ORARIO</b>	16.00-16.30
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall
<b>NOTA</b>	Conferenza in inglese

<b>TITOLO</b>	<b>"Le dimensioni materiali e immateriali dell'esperienza nel consumo di lusso: il ruolo delle emozioni e del neuromarketing"</b>
---------------	---

# PACKAGING PREMIÈRE

SHAPING LUXURY

MITTENTE	Ufficio Stampa Ad Personam per Packaging Première
OGGETTO	comunicato stampa n° 04
DATA	04.05.2017
LUOGO	Milano

<b>CONTENUTI</b>	Quali sono e come si definiscono le esperienze di acquisto e consumo nello specifico settore del lusso, in funzione dei touch point che fanno da interfaccia fra cliente e brand? Quali sono le caratteristiche materiali e immateriali dell'esperienza che devono far parte del packaging in coerenza con tutti i touch point e con l'identità di marca? Le neuroscienze hanno dimostrato che i consumatori non sono macchine pensanti che si emozionano, ma macchine emotive che pensano. Si tratta di un nuovo modo di intendere il ruolo delle emozioni nei processi decisionali che richiede un diverso paradigma di studio della customer experience nel lusso. A partire da queste premesse verranno trattati i principi di base del funzionamento cerebrale e il nuovo modo di studio dei processi di acquisto offerto dal neuromarketing.
<b>RELATORI</b>	<b>Vincenzo Russo</b> , professore di Psicologia dei Consumi e Neuromarketing. Direttore del Centro di Ricerca di Neuromarketing "Behavior and Brain Lab", Università IULM
<b>DATA</b>	Giovedì 18 Maggio 2017
<b>ORARIO</b>	10.30-11.00
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall

<b>TITOLO</b>	<b>"Progettare i tempi e i modi del lusso"</b>
<b>CONTENUTI</b>	Il packaging verrà analizzato in funzione della sua capacità di costruire relazioni tra interno ed esterno; tra contenuto, comportamenti e attese del destinatario, per osservare come questi meccanismi si specializzino quando è l'universo del lusso a essere protagonista. Il packaging diviene così un vero e proprio strumento per la rivelazione del contenuto; attraverso le forme progettate si va, infatti, ad agire sui tempi e i modi dell'interazione, determinando la qualità dell'esperienza e offrendo al destinatario percorsi narrativi la cui qualità merita di essere oggetto di riflessione.
<b>RELATORI</b>	<b>Valeria Bucchetti</b> , professore di Design della Comunicazione, Dipartimento di Design, Politecnico di Milano
<b>DATA</b>	Giovedì 18 Maggio 2017
<b>ORARIO</b>	11.30-12.00
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall

<b>TITOLO</b>	<b>"Defining Luxury through Cultural Experiences, Design, Briefs, Assumptions and My Mother"</b>
<b>CONTENUTI</b>	A personal and explorative journey about the meaning and perception of luxury experiences in a global and multicultural societal context. How our values and attitudes collide to become influential factors in guiding ours and others behaviour. How these evolving challenges and opportunities can be explored and exploited by design organizations, who have to arduous task to deliver value and relevance on a regional and global stage.

# PACKAGING PREMIÈRE

SHAPING LUXURY

---

MITTENTE	Ufficio Stampa Ad Personam per Packaging Première
OGGETTO	comunicato stampa n° 04
DATA	04.05.2017
LUOGO	Milano

---

<b>RELATORI</b>	<b>Ian Rooney</b> , Ceo PACKLAB and visiting lecturer
<b>DATA</b>	Giovedì 18 Maggio 2017
<b>ORARIO</b>	14.00-14.30
<b>LOCATION</b>	Sala convegni Packaging Première, The Mall
<b>NOTA</b>	Conferenza in inglese non tradotta

## **Packaging Première\shaping luxury**

16-17-18 maggio 2017

The Mall

p.za Bo Bardi 1, Milano