



## Il packaging di Apple

Attualmente il packaging è parte integrante dell'acquisto, in grado di influenzarlo e indirizzarlo; perciò, è considerato una variabile strategica di marketing. La scelta della confezione è studiata nei minimi particolari affinché forma, materiali e colori possano attrarre il consumatore e comunicare sensazioni in grado di offrire un'indimenticabile ed appagante esperienza d'acquisto. Il packaging è divenuto quindi un mezzo per stabilire una connessione emozionale tra prodotto e consumatore.

Il colosso Apple è noto per la continua innovazione del packaging dei suoi prodotti. L'azienda è stata una delle prime a poter vantare un laboratorio totalmente dedicato ai test e all'ideazione dell'imballaggio dei dispositivi.

Il libro "Inside Apple" racconta l'assidua ricerca di Apple per il packaging perfetto.

L'autore Adam Lashinsky descrive lo studio di progettazione come un luogo pieno di prototipi. L'efficienza di questo ambiente consente ai vertici dell'azienda di poter scegliere, all'occorrenza, il packaging più adatto a garantire ai consumatori la migliore esperienza in fase di apertura.

Nonostante i clienti spesso non si interessino a questi dettagli che richiedono investimenti, studio ed energia, in casa Apple è ferma la convinzione che il packaging debba trasmettere la mission che accompagna il prodotto. Il momento dello spaccettamento, secondo Steve Jobs, è la parte cruciale dell'esperienza d'acquisto: un momento unico, in cui il cliente viene a contatto con il prodotto desiderato che gli susciterà delle emozioni.

Il packaging è così diventato l'ultima vetrina entro cui rimirare e osservare da vicino il proprio acquisto, prima di iniziare finalmente a farne buon uso.

(Adattato da Primabergamo.it)



*Il packaging dell'iPod è stato un esempio che ha fatto scuola. È stato anche brevettato.*

### UP TO YOU

- 1 Conosci altre aziende che investono molte delle loro risorse (in termini di budget, ricerca, creatività e sperimentazione) su packaging funzionali e d'impatto?
- 2 Al contrario, ti è mai capitato di trovare confezioni scomode o poco pratiche?