



consorzio
extravergine
di qualità

CEQ Italia alla conferenza sul packaging al SIMEI 2019

Roma, 28 novembre 2019 – Si è tenuta a Milano, nella vetrina del SIMEI, fiera dedicata alle innovazioni tecnologiche nella filiera enologica e olearia, la conferenza “**Vestire gli oli extra vergini di oliva per essere vincenti sul mercato**”, sotto la guida di Luigi Caricato, oleologo, scrittore e ideatore di Olio Officina, alla quale hanno partecipato numerosi relatori.

Juan Peñamil, editore di Mercacei, ha presentato una rassegna della creatività spagnola con le immagini delle confezioni più belle realizzate negli ultimi anni, delle quali una larga parte ha ottenuto importanti premi internazionali. Gli investimenti nel design, ha sottolineato Peñamil, sono cresciuti considerevolmente in Spagna negli ultimi tempi e con loro sono arrivati i meriti riconosciuti. Francisco Tornos e Mauro Olivieri, rispettivamente degli studi Ipacklab e laboratorio Maio, hanno illustrato il processo creativo alla base della progettazione di una nuova identità visiva per aziende olearie, presentando un ampio numero di progetti creativi già realizzati, tutti incentrati a catturare il lato emotivo del consumatore, ingrediente indispensabile per creare valore per gli extra vergini di qualità.

Una comunicazione di successo, rappresentata da un filmato o da un’etichetta, può essere condotta anche con l’ausilio di meta messaggi che, anche se apparentemente distanti dal prodotto, in realtà possono essere in grado di rafforzare efficacemente l’immagine di reputazione e competenza dell’azienda nella produzione di olio di oliva, come dimostrato da Antonio Mele, creativo di lunga esperienza, attraverso un vasto numero di esempi.

In fondo, le immagini possono da sole raccontare una storia intrigante quando nascono da un percorso di ispirazione, condotto nei territori e attraverso una conoscenza profonda del prodotto e del contesto produttivo aziendale, come spiegato da Alessia Cipolla, architetto, fondatrice dello studio di creatività Archipass.

Agli esempi di comunicazione illustrati dai creativi, ha fatto da cornice l’intervento di Mauro Meloni: il direttore di CEQ Italia ha illustrato l’attuale rilevanza economica del settore del packaging e le opportunità di applicazione delle innovazioni messe a disposizione dal packaging attivo e intelligente anche nel settore oleario, ponendo l’accento sull’importanza di utilizzarle non solo per fini estetici, ma anche per migliorare la conservazione nel tempo del prodotto.

A conclusione delle relazioni, sono intervenute Soledad Serrano López e Maria Grazia Minisci, presidenti rispettivamente di QvExtra! e CEQ Italia, le due organizzazioni che già da qualche anno stanno conducendo insieme una battaglia internazionale a difesa della cultura di qualità e che si apprestano a lanciare sul mercato una comune immagine per la certificazione di extra vergini rispondenti a uno standard comune di alta qualità. Entrambe si sono congratulate con Luigi Caricato per aver portato all’attenzione dei media un tema così importante per il settore e che costituisce, per le due organizzazioni, una leva essenziale per accrescere la percezione di valore degli extra vergini di qualità certificati dalle due realtà.



Campagna finanziata con il contributo della Unione
Europea e dell’Italia. Regg. Ue 611 e 615/014 e s.m.i.

Via Francesco Redi, 4
00161, Roma
T 0659879428
relazioni.esterne@ceqitalia.com
segreteria@pec.ceqitalia.com