

# **I PRINCIPI DELLE NEUROSCIENZE E INCLUSIVITÀ NEL PACKAGING**

# Panoramica

Giulia Madeo

**01** Introduzione e  
evoluzione del  
packaging

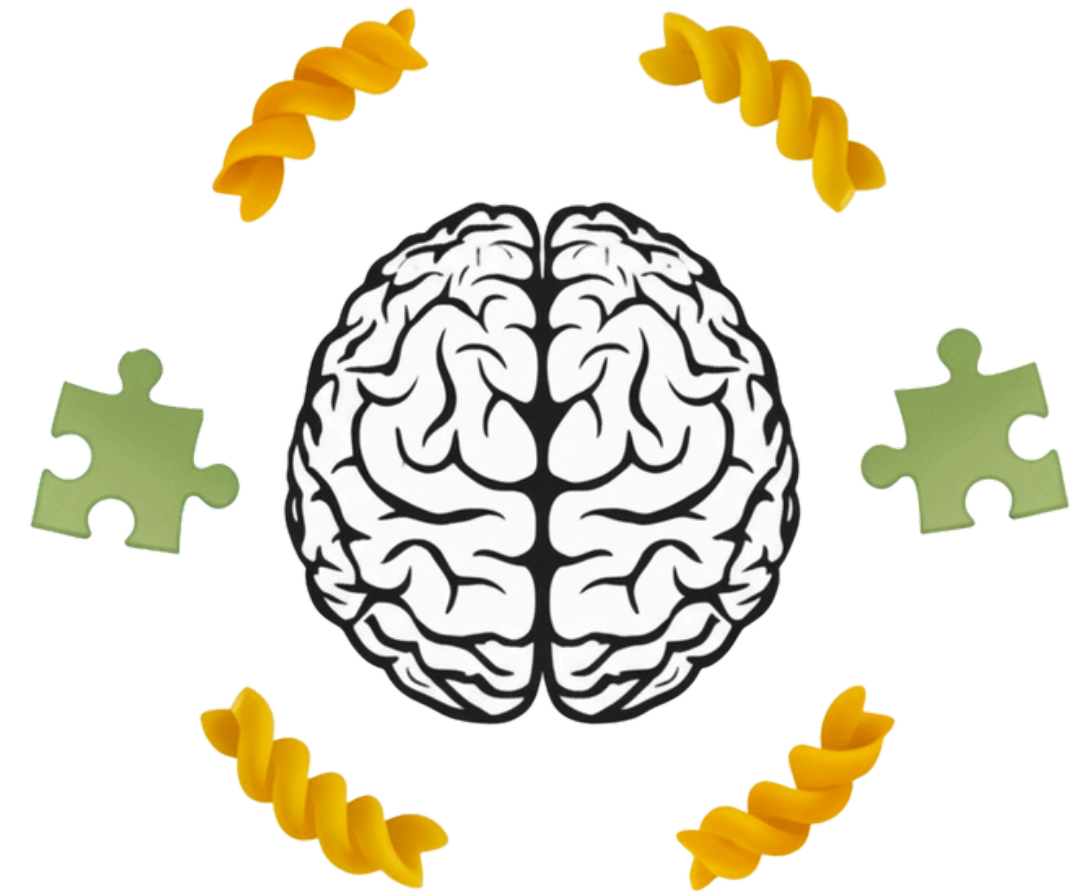
**02** Principi del  
neurodesign

**03** Principi Inclusive  
design

**05** Progetto Pratico

**06** Contenuti  
multimediali

**07** Conclusioni



# Introduzione

Il progetto, intitolato “**I principi delle neuroscienze e l’inclusività nel packaging**”, nasce dall’analisi del ruolo sempre più strategico del packaging nella comunicazione visiva e nel marketing.

L’obiettivo del progetto è comprendere come i principi delle **neuroscienze e dell’inclusività**, possano essere applicati al packaging per renderlo più **efficace e inclusivo** dal punto di vista comunicativo.



# Evoluzione del packaging

- Sviluppo materiali
- tecnologie di stampa
- tecnologie di confezionamento
- Sistema produttivo



Da protezione



a strumento di riconoscimento

# Perché scegliamo un prodotto invece di un altro?

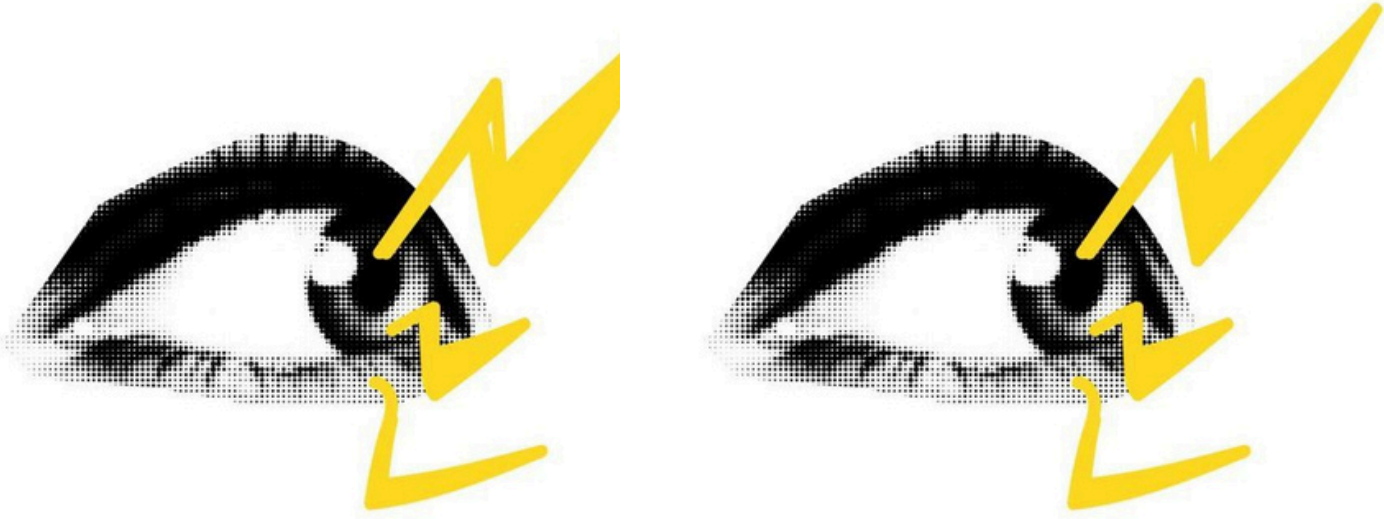
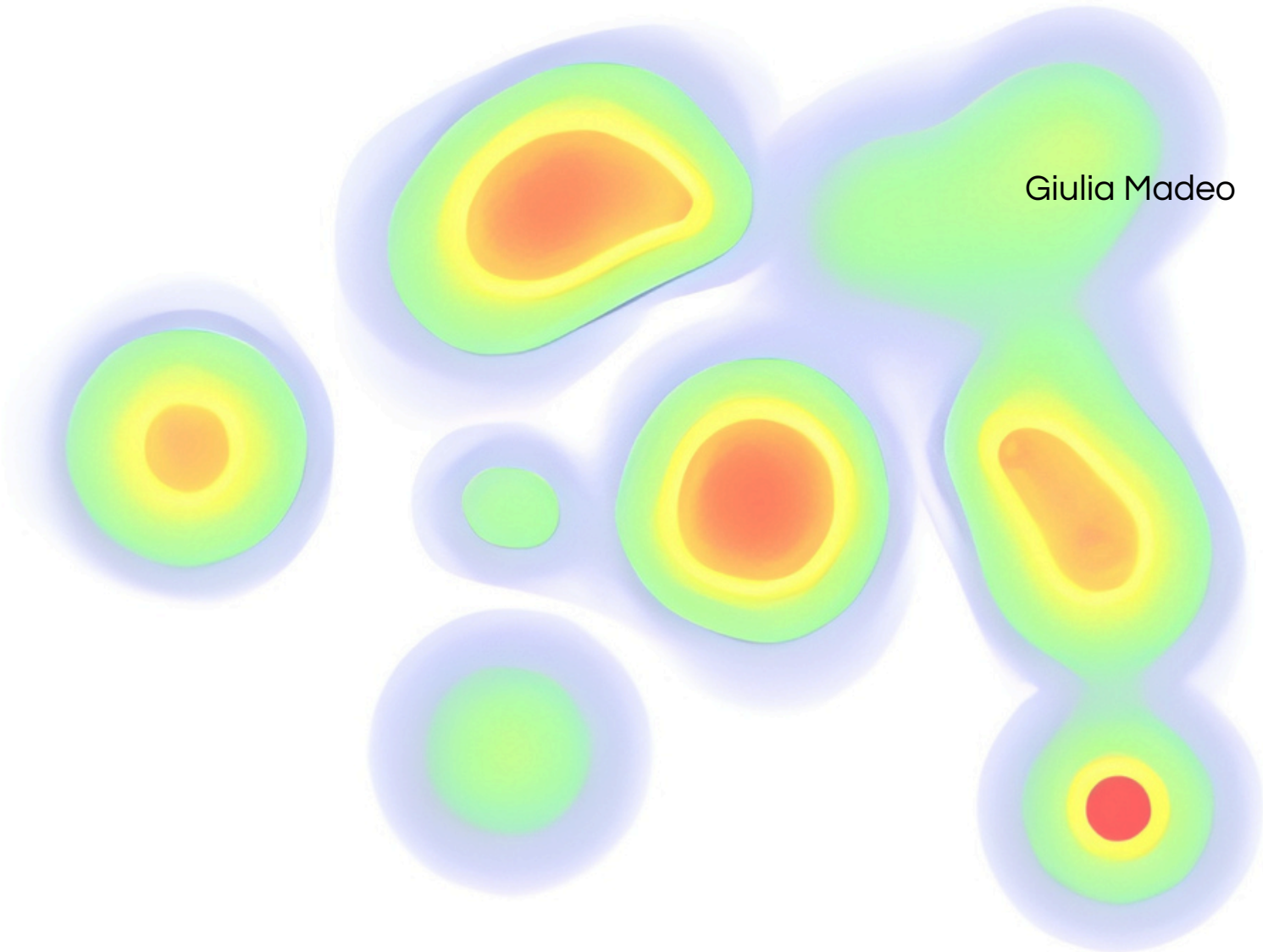
## Neuro design

si concentra sulla creazione di prodotti che soddisfino le esigenze cognitive e fisiologiche degli utenti



# Come si studia?

- Il facial action coding
- L'implicit responsive testing
- l'elettroencefalogramma
- Eye tracking





# Principi chiave del Neurodesign

- Semplicità
- Fluidità
- Forme curve
- Simmetria
- Familiarità
- Colore e contrasto

# Perché è così importante inclusive design?

Giulia Madeo



# Principi del Inclusivedesign

I principi chiave dell'Inclusive Design sono tre:

- Centralità degli utenti,
- Riconoscimento della diversità,
- Flessibilità d'uso.

Nel packaging questo significa usare linguaggi universali:

- pittogrammi,
- Braille,
- QR code.

Questi strumenti superano barriere linguistiche e culturali, rendendo il prodotto accessibile e rafforzando l'immagine di un brand responsabile.



# Brand pasta Amori

E' stata realizzata una confezione di pasta per un ipotetico brand : "AMORI" che nasce per unire due esigenze chiave:

- Comunicare attraverso il neurodesign
- Garantire accessibilità visiva, tattile e cognitiva, rendendo il packaging fruibile da un pubblico ampio, diversificato e sensibile.

Logo

**AMORI**

***La pasta che unisce  
cuori e tradizione***

**A tavola!**

Pay Off

# Eye tracking e Heatmap

La simulazione di eye tracking mostra che, in entrambe le proposte grafiche:

- L'attenzione si concentra su logo AMORI e immagine dei fusilli (grazie a contrasto e posizione).
- In secondo piano compare il tempo di cottura, supportato da testo + icona.
- QR code e Braille hanno meno attrazione visiva, ma svolgono un ruolo informativo e inclusivo.
- Il percorso visivo è verticale e naturale:  
marca → prodotto → informazioni pratiche.



# Confezione pasta

La confezione è stata progettata con un layout essenziale e accessibile, pensato per ridurre il carico cognitivo e facilitare la comprensione delle informazioni.

Sulla parte frontale della confezione sono presenti logo, tipologia, tempo di cottura, quantità, Braille e QR code.

AMORI

FUSILLI



# Confezione pasta

Per favorire l'inclusività sono state adottate scelte cromatiche ad alto contrasto, una tipografia leggibile e testi semplificati.

Sul lato sinistro sono presenti logo, payoff, QR code, frase di valorizzazione del brand e contatti.

Sul lato destro sono riportate le istruzioni di cottura accompagnate da pittogrammi universali, così da rendere i passaggi immediati e comprensibili andando oltre le barriere linguistiche.



# Confezione pasta

Sul retro, La tabella dei valori nutrizionali è stata ingrandita e resa più evidente rispetto alle informazioni secondarie, così da facilitarne la consultazione.

Le informazioni principali sono inoltre riportate anche in braille.



# Contenuti multimediali

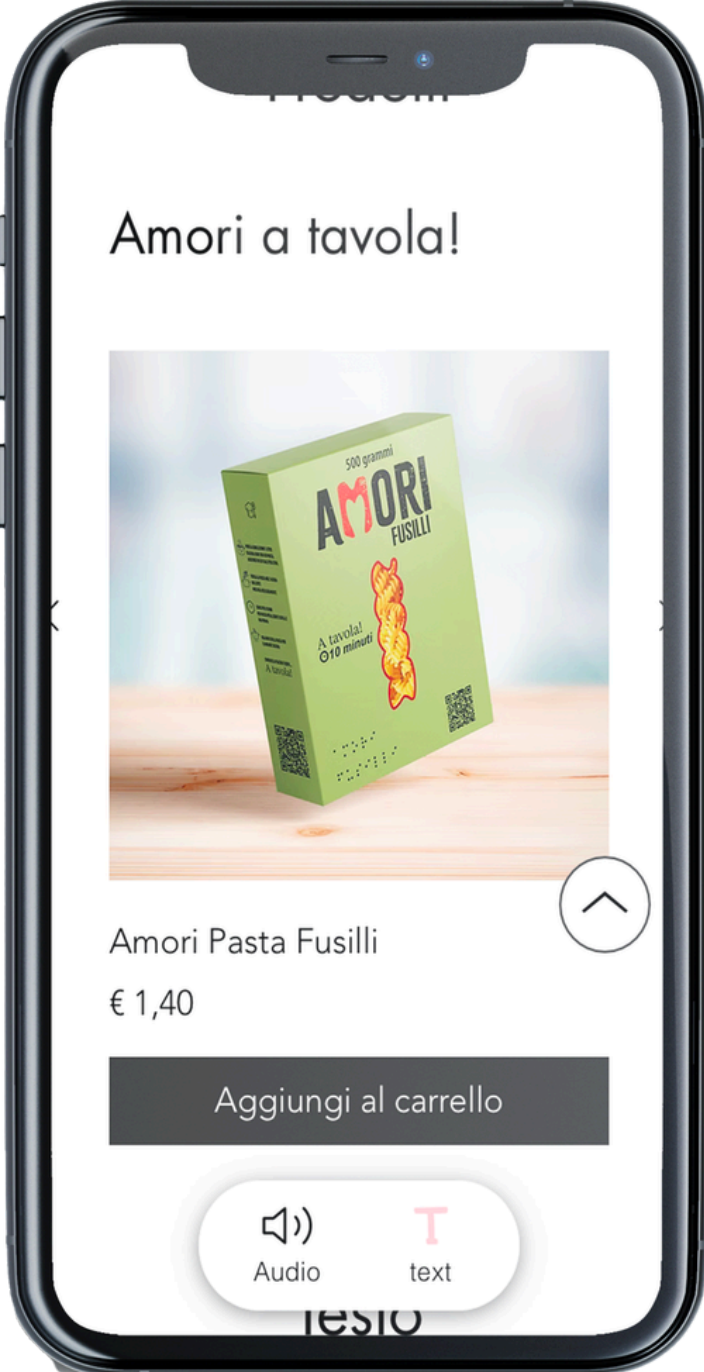
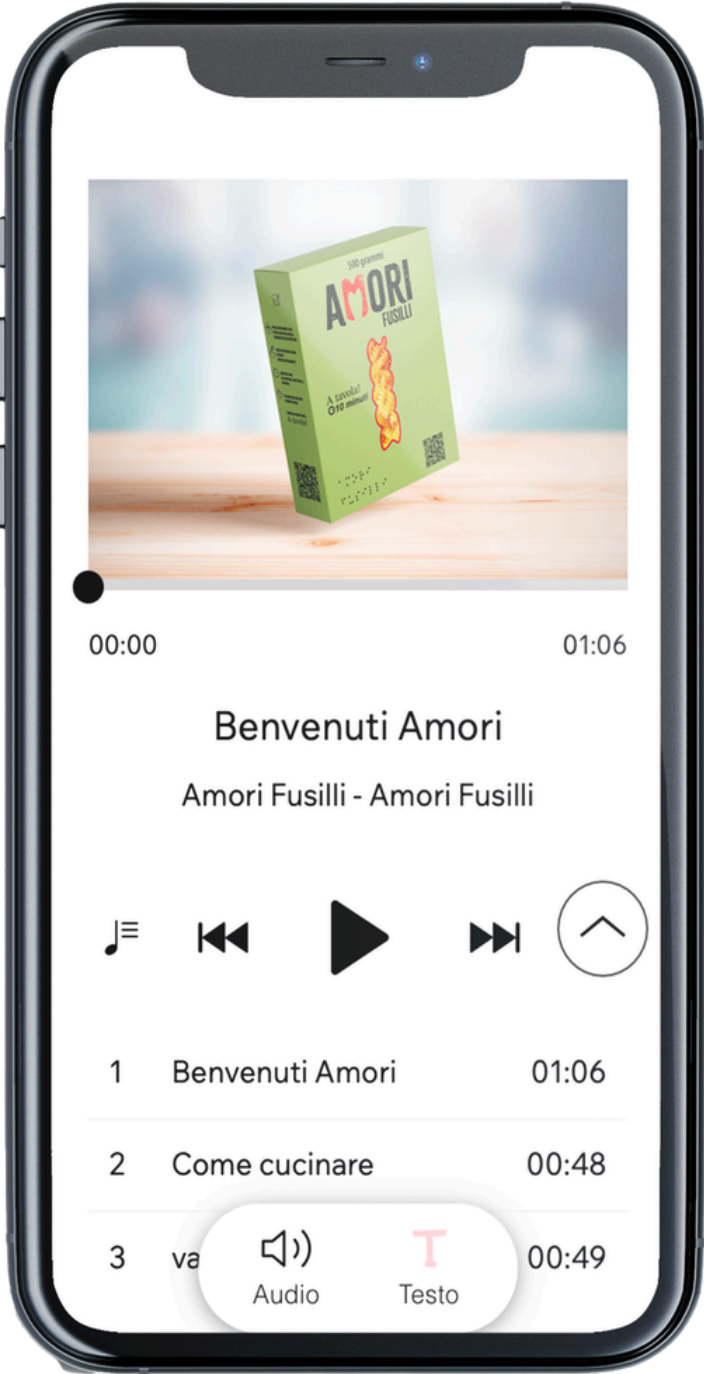
Il QR code presente sulla confezione consente di accedere a una piattaforma digitale dedicata, **integrando il packaging fisico con strumenti digitali accessibili**. L'interfaccia supporta la **traduzione automatica in inglese**, è progettata con sfondo bianco e testo nero per la **massima leggibilità**, e organizza le informazioni in sezioni chiare e facilmente navigabili tramite **menù e barra inferiore**.

<https://amoriatavola.wixie.com/pasta>



# Contenuti multimediali

Le persone possono consultare dettagli sul prodotto, contenuti testuali e file audio, visualizzare un'infografica con le modalità di cottura della pasta e accedere all'opzione di acquisto online, offrendo un'esperienza interattiva e universale, in linea con i principi dell'inclusive design.



# Conclusioni

Il packaging del brand AMORI, realizzato con materiali riciclabili, inchiostri ecologici e elementi accessibili come Braille, ha un costo di produzione stimato tra 0,18 € e 0,25 € per unità, leggermente superiore a quello standard. L'incremento è giustificato da sostenibilità ambientale, inclusività e aumento del valore percepito del brand. Sebbene l'investimento iniziale possa essere più impegnativo per piccole produzioni, per produzioni medie e grandi l'impatto sul prezzo finale è minimo, rendendo la scelta strategicamente vantaggiosa.





## Conclusioni

Il packaging AMORI unisce neurodesign, inclusività. Funziona come medium esperienziale che integra fisico e digitale, **riduce lo sforzo cognitivo e valorizza il brand.** L'approccio consente di differenziarsi sul mercato **offrendo qualità, accessibilità e responsabilità sociale.**