



Ti sei mai chiesto perché compri un determinato prodotto invece di un altro?

La risposta va ricercata in un insieme di elementi che influenzano il comportamento di acquisto del consumatore: qualità del prodotto, popolarità della marca, aspetto estetico della confezione, posizione sullo scaffale e molto altro ancora.

Molti studi statistici hanno dimostrato che la decisione di acquisto è determinata per **il 95% da fattori legati alle emozioni suscitate in noi dal prodotto**, tanto che ormai si parla di "emotional buying" o "impulse buying".

Un ruolo fondamentale per far breccia nelle emozioni e nelle sensazioni del consumatore è giocato dalla confezione perchè più è accattivante e originale per forma e colore più attira l'attenzione.

La natura ci emoziona!

La bottiglia disegnata da SMI per la società Al Saleh (Iraq) è un esempio di contenitore che vuole creare emozioni.

Tutto è partito dall'idea del cliente di richiamare elementi della natura per esprimere la propria vocazione al rispetto ambientale; è nata così una bottiglia "green", sulla cui superficie sono riprodotte foglie stilizzate quale elemento "emozionale" del contenitore e della marca che rappresenta.

L'accurato studio delle pendenze della "spalla" della bottiglia ha consentito ai progettisti SMI di creare sulla sua superficie un elaborato gioco di nervature che danno all'immagine della foglia un aspetto tridimensionale e che svolgono allo stesso tempo una funzione di rinforzo del contenitore, per garantirne una maggiore resistenza alle sollecitazioni meccaniche.



SMI, grazie ad un **laboratorio R & D di ultima generazione**, è in grado di ideare ed elaborare graficamente una gran varietà di contenitori in PET e dare un nuovo volto "emozionale" al design del tuo prodotto.

Per maggiori informazioni contatta il nostro ufficio commerciale.

Marketing Department
SMI S.p.A.
www.smigroup.it