



New Luxury Packaging. Diseño con Valores

Summer School 2022

NEW LUXURY PACKAGING. DISEÑO CON VALORES

Calendario

Del 18 al 22 de julio

Horario

De 9h a 14.15h

Duración

25h

Idioma

Castellano

Dirección

Paco Adín

Nivel

Medio

Dominio de las herramientas de diseño y paquete Adobe Creative (Illustrator, Photoshop, etc.)

Material necesario (estudiantes)

Portátil con programas de diseño (Illustrator + Photoshop)

Precio

520 €

Presentación

El concepto de lujo ha cambiado hasta desdibujarse casi completamente. ¿Qué entendemos por lujo en la actualidad? ¿Cuáles son las diferentes estrategias que el lujo está desarrollando? ¿Cómo puede reflejar el diseño de envases esa nueva idea de lujo? ¿Es el activismo de las marcas una de las estrategias con mayor recorrido y posibilidad de éxito?

En este *workshop* analizaremos cómo el futuro del lujo está en las marcas y empresas activistas que crean conciencia y despiertan a los consumidores hasta la acción positiva. El camino es comprender que los usuarios prefieren marcas con valores y que ya solo creen en ellas por lo que hacen, no por lo que dicen. Debemos olvidarnos de conceptos como el *greenwashing*, *pinkwashing* o *purplewashing*; ahora debemos actuar por el bien de la sociedad y del planeta. Y aquí el diseño de envases para el nuevo lujo tiene mucho que aportar.

Crearemos y diseñaremos un producto o línea de productos posicionada en el segmento del lujo pero desde un nuevo punto de vista: el activismo para construir la credibilidad del producto. Cada uno de los participantes escogerá una marca y un compromiso con los que trabajar y crear un nuevo concepto que consiga movilizar a la sociedad.

Destinatarios

Profesionales e interesados en el mundo del *packaging*, diseñadores, gráficos, artistas, ilustradores.

Objetivos

- + Descubrir las claves del nuevo lujo
- + Crear y desarrollar un *storytelling* conectado con un valor o compromiso social
- + Diseñar un proyecto de *packaging* donde el activismo es clave

Estructura y contenidos Profesorado

Abordaremos los proyectos de *packaging* que realicemos desde diferentes ejes de trabajo:

La actitud

Definir la personalidad es fundamental para construir un discurso atractivo y que conecte con tu target. El *packaging* tiene que reflejar una actitud que haga que nuestro público lo vea atractivo, diferente y deseable.

El sentido del humor y el entretenimiento

El humor mueve montañas, así que no hay que olvidar que una sonrisa es un arma infalible para conquistar a los consumidores.

La sinceridad y la honestidad

El cliente tiene muy poco tiempo para decidir su compra, así que no le hagas perder el tiempo. Diseña con claridad, honestidad y transparencia. No intentes parecer lo que no eres.

La inspiración

Una película, un cuadro o una canción son perfectos para inspirar un diseño de *packaging*. La inspiración está ahí fuera.

PACO ADÍN

Soy Paco Adín, Licenciado en publicidad, diseño gráfico y *marketing* en la Universidad del País Vasco. Soy socio fundador y director creativo de Supperstudio, agencia de *packaging* contemporáneo. He trabajado y trabajo para marcas como El Corte Inglés, Codorníu, Dabiz Muñoz, Avery Dennison, Eroski, Pascual, Starbucks, La Gula del Norte, Danone, Vivesoy, Baqué, Chocolocuras, Young & Beautifood, etc.

En los últimos años muchos de nuestros trabajos de *packaging* han ganado premios como D&AD, Pentawards, FabAwards, Bestpack, Liderpack, Laus, El sol, Anuaría, El Chupete, etc. En el año 2021 ganamos el premio Agencia del año en Pentawards por segunda vez. Comparto mi labor al frente de Supperstudio con conferencias, *workshops* y clases en facultad de Económicos y Empresariales de La universidad del País Vasco (Máster de Marketing)

Soy vasco, trabajo en Madrid, tengo alma mediterránea y practico el '*happy packaging*'.

→ supperstudio.com

MORE INFORMATION

→ T (+34) 933 174 715

→ summerschool@elisava.net

The teaching staff is likely to change according to reasons beyond the course programme. Elisava reserves the right to make changes in programming as well as the right to suspend the course two weeks before it starts if not reached the minimum number of participants, without further obligation of the amounts paid by each participant.

Due to COVID19, some dates could be modified and/or some courses could be canceled.