All4Labels
GLOBAL PACKAGING GROUP

Applicazioni di Realtà Aumentata per il Wine & Spirits

Case history
Storie in Bottiglia

All4Labels
GLOBAL PACKAGING GROUP

Il design delle etichette è un fattore chiave in un mercato sempre più affollato come quello del Wine & Spirits. Il potere delle immagini per raccontare un brand è innegabile. I contenuti visivi trascendono le barriere linguistiche, veicolano con immediatezza messaggi complessi e suscitano una risposta istantanea nelle persone.

Il packaging è il nuovo strumento per interagire con il cliente finale.

All4Labels
GLOBAL PACKAGING GROUP

Siamo leader nelle soluzioni digitali da oltre 20 anni. In quanto pionieri ed innovatori tecnologici, proponiamo ai clienti applicazioni sempre nuove dal potenziale immenso.

Forniamo un pieno supporto end to end per **applicazioni IoT** destinate alle strategie di marketing del cliente. Alziamo l'asticella sul coinvolgimento dei consumatori con:

Protezione del Brand e strumenti di autenticazione

Contenuti personalizzati

Informazioni ed approfondimenti

Esperienze interattive e personalizzabili

“L’applicazione Storie in Bottiglia
ha come obiettivo quello di presentare
le potenzialità e le applicazioni possibili
tramite Connettività alla Realtà Aumentata.

Le soluzioni sviluppate non vogliono
essere esaustive ma solo illustrative
di possibili percorsi da profilare
e customizzare in base alle esigenze
del possibile cliente. Molti dei contenuti
prodotti hanno un “taglio” di entertainment
ma possono ovviamente essere sostituiti
da contenuti di info-grafica, di Brand
communication, di Digital Marketing,
di promozionalità e fidelizzazione
del consumatore finale.

L’applicazione dopo alcuni passaggi
iniziali (scelta della lingua, inserimento
nome che in altri ambiti possono essere
associati con iscrizione del consumatore
al sito del Brand per meccanismi di
Geolocalizzazione e acquisizione dati),
conduce l’utente attraverso un gioco
in cui si prendono le vesti di 007
con alcune missioni da effettuare
collegate con ogni bottiglia
e contenuti digitali”

Belgrado

Pochi ricordano Belgrado, forse perché Belgrado-non-c'è-mai stata. Quella volta, più che in ogni altra missione-che-non-c'èmai-stata, non c'era spazio per errori. Di nessun tipo.

Anche solo sbagliare un vodka martini, mescolarlo piuttosto che agitarlo, poteva scoprire le carte e costarti la vita.

James lo sapeva bene.

E alla fine anche il barman l'ha capito. Una volta per sempre.

Il segreto dello sleeve

La Vodka Romanova permette di far partire la missione. La tecnologia utilizzata è quella del riconoscimento d'immagine che attiva contenuti e interazioni: in questo caso il pulsante start e una mappa 3D.

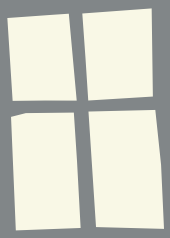
Facile immaginarne l'utilizzo in ambito Wine&Spritis per far comparire la mappa del Vigneto o della Cantina da poter esplorare e navigare.

Certe etichette sono come le spie: sembrano mostrare tutto, ma poi ti accorgi che nascondo altro, magari dettagli come un braille che senti solo sotto le dita o una vernice che s'illumina con una luce particolare. Certe etichette sono fatte così, bisogna solo scoprire quali sono.

La cottura del tacchino

La luce dei flash è sempre troppo forte. Non ci si abitua, mai. E poi non scalda, mai. Nemmeno Norma ci si è ancora abituata.

Ma adesso, mentre è a tavola con pochi amici e gioca distratta col suo bicchiere di vino, ha una sola cosa che le frulla in testa:



"avrò cotto bene quello stramaledetto tacchino?"

Norma comune

Una volta scansionata tramite utilizzo di un marker (immagine con pattern geometrici) comparirà animazione 3D di Marilyn. L'immagine non è interattiva in questo caso (potrebbe esserlo volendo) ed è stata utilizzata per far vedere come all'immagine del prodotto è possibile sovrapporre un contenuto Virtuale ad integrazione o rafforzamento dell'immagine stessa. In ambito Vino si potrebbe pensare a contenuti legati al Brand, alla Cantina o agli ingredienti di prodotto: i.e. compaiono in 3D tutti gli elementi che compongono il bouquet del vino.

Di etichette ce ne sono tante: semplice, esagerata, fatta in casa, ma ci si ricorda solo di alcune.

E basta poco per trasformare qualcosa di comune in unico, a patto di sapere cosa cambiare. Non basta un altro nome, chiamarle label e cambiare carta. Serve tatto ed un tocco in più, una specie di magia che inizia prima ancora di stampare.

Birra

Stephan vive
a Berlino ed ha talmente
tanti ricordi da non riuscire
a ricordarli tutti.

Uno però lo ricorda eccome,
un ricordo fatto di picconi,
muri caduti e mani che
stringono altre mani.
E ogni volta che ricorda

beve una birra.

Oro in bottiglia

In questo caso l'immagine Virtuale 3D è interattiva con possibilità da parte dell'utente di interagire e modificare il contenuto stesso.

In questo caso si potrebbe pensare all'utilizzo di giochi legati al processo produttivo del vino (vendemmia, pigiatura, tappatura, apertura ella bottiglia stessa, etc.) o combinazioni con altri elementi. Obiettivo è far capire che i contenuti virtuali non sono statici ma dinamici e interattivi.

Oro giallo, oro rosso, oro bianco. Una birra in bottiglia è sempre qualcosa di grande valore ed impatto.

E qualunque sia la birra, lo sleeve deve essere altrettanto importante, magari con oro a caldo, ma sempre impattante. Come un piccone su un muro.

Felicità in bottiglia

Winston ha sempre preferito le bolle che salgono alle bombe che cadono, ma sulle prime non ha preferenze: basta che siano assolutamente le migliori.
E lo dice ogni volta che finisce, felice, un'altra bottiglia di champagne.
Felicità in bottiglia.

E ogni sera Winston è sempre più felice.

Il momento giusto

La scansione della bottiglia attiva menù d'interazione con il consumatore.

Utilizzo per condivisione di informazioni, per concorsi, promozioni, fidelizzazione è immediato e semplice da ipotizzare.

L'eleganza è una finitura che risalta anche al tocco. Lo Stile è una carta che rimane integra, in ogni condizione.

La Storia è un bicchiere di champagne ghiacciato bevuto al momento giusto.

Dieci anni

Marta, dieci anni ai tempi del proibizionismo. Ogni notte corre per le strade di Tontitown, Arkansas, per avvertire i produttori di vino di contrabbando in caso di arrivo della Polizia.

Marta non ha mai bevuto vino, ma per vent'anni ha corso libera

tutte le notti.

Argento vivo

La scansione attiva mappa 3D modificata rispetto alla precedente. In questo caso l'esempio vuole dimostrare come i contenuti possono essere modificabili e aggiornabili in tempo reale per mantenere il livello di "engagement" con il consumatore alto e rinnovabile nel corso del tempo.
La fruibilità di queste tecnologie è direttamente collegata con la capacità di sviluppare contenuti interessanti e rinnovarne l'interesse continuamente.

Ci sono persone speciali, con l'argento vivo addosso, che brillano di luce propria anche quando di luce proprio non ce n'è.

Speciali come un'etichetta con argento caldo e vernice lucida.

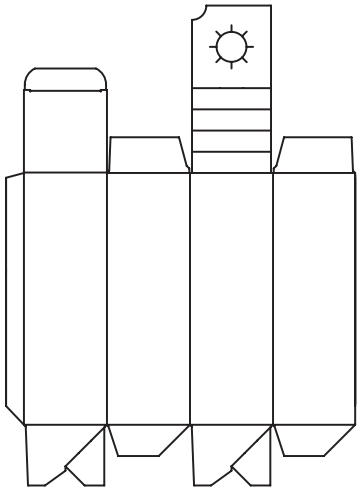
Il vento

Niente di intenso – non per forza almeno – è più uno strano moto dell'aria. E quel vento rimane nelle cose. Ernesto lo sa e per questo non ha ancora aperto la bottiglia di rum cubano comprata quel giorno. Fino a stasera.

C'è un dettaglio che lega la fine di ogni rivoluzione: il vento.

Il tocco caldo del vento

Scansionando la bottiglia si carica (sovrapponendosi all'immagine stessa) un video. Possibile utilizzo per comunicare istruzioni d'uso, modalità operative, adv., video messaggi, etc.
Possibilità con range di soluzioni infinite e compatibili con tutti i segmenti di prodotto. Detergenza (istruzioni d'uso), Food (filiera, tracciabilità), Farmaceutico (bugiardino elettronico), etc.



A volte accarezzare una carta speciale, con una serigrafia in rilievo, lamina in oro colato a caldo è emozionante quanto accarezzare un caldo vento d'inverno.

All4Labels
GLOBAL PACKAGING GROUP

All4Labels Group GmbH
Möllner Landstraße 15
22969 Witzhave, Germany
wineandspirits@all4labels.com

Disclaimer

La riproduzione o distribuzione dei contenuti di questo documento, in parte o per intero, con qualunque mezzo è vietata previa approvazione scritta di All4Labels Group GmbH.