Care Package. Kit per crisi emozionali

06/06/2025

TAGS: #PACKAGING DESIGN

Grazie alla collaborazione con organizzazioni del terzo settore, studentesse e studenti del Corso di Laurea in Design del Prodotto Industriale dell'Università di Bologna hanno sviluppato una sperimentazione che esplora il potenziale dell'imballaggio come strumento di supporto emotivo.

Erik Crawegna e Sara Battistini

Il progetto che presentiamo qui ha avuto come obiettivo l'elaborazione di kit per persone in situazione di vulnerabilità, con l'obiettivo di offrire sostegno nei momenti di crisi. I risultati mostrano come il design possa contribuire al benessere psicologico individuale, trasformando il packaging in un potenziale *care* e *caregiver*.

Oltre l'involucro: il packaging come gesto di cura e simbolo di inclusione

Un progetto didattico che esplora il packaging design come supporto nei contesti di fragilità emotiva, ispirandosi al concetto di cura come gesto comunicativo.

Nel panorama attuale del settore del packaging dominato da criteri di funzionalità, sostenibilità e appeal comunicativo, si affaccia un'esperienza formativa che invita a considerare un'altra dimensione: quella della cura. Il progetto "Care Package. Kit per crisi emozionali" nasce affiliato al laboratorio di Comunicazione Visiva del Corso di Laurea in Design del Prodotto Industriale dell'Alma Mater Studiorum dell'Università di Bologna. Studentesse e studenti del secondo anno si sono cimentati in un'esplorazione originale su come un artefatto come il packaging possa contribuire a sostenere il benessere psicologico delle persone nei momenti di vulnerabilità. Il Laboratorio propone ogni anno una sperimentazione progettuale che integra conoscenze teoriche e strumenti operativi, con l'intento di coniugare consapevolezza culturale e capacità progettuale. Per l'edizione 2024/2025 il docente responsabile Erik Crawegna e Luca Grilli, con la collaborazione della tutor Sara Battistini e le cultrici della materia Elisa Valeno ed Elisa Vacondio - la sfida è stata quella di ideare "kit" capaci di offrire un supporto nei momenti di crisi emozionale, inoltre si persone che attraversano condizioni di fragilità temporanea o permanente. Non si tratta di sostituire o figure professionali specializzate, ma di progettare strumenti intermedi di consapevolezza, conforto e accompagnamento, che possano rappresentare un primo gesto di prossimità e incoraggiamento.

Dalla storia alla contemporaneità: l'evoluzione del "care package"

I kit progettati si ispirano al concetto di "care package", un pacco che, nel corso del tempo, ha incarnato molte forme di solidarietà, conforto e connessione.
Il termine "care package" rimanda storicamente agli aiuti inviati nel secondo dopoguerra dall'organizzazione umanitaria CARE, nata per fornire assistenza alimentare alle popolazioni europee colpite dal conflitto. Il primo CARE Package, spedito nel 1946, conteneva beni di prima necessità ed è divenuto un simbolo tangibile di solidarietà internazionale. Ma la pratica di inviare doni o provviste a persone lontane ha radici ben più antiche, che attraversano epoche e culture: dai soldati dell'antica Roma ai cavalieri durante le Crociate, dai migranti del Novecento agli studenti fuori sede di oggi.
In ogni epoca, questi gesti hanno rappresentato forme di cura materiale ed emotiva, strumenti di connessione tra chi dona e chi riceve. Il valore simbolico del "care package" è quello di un contenitore di attenzione, affetto e riconoscimento. E con oggi tangibile, che comunica presenza e sostegno, anche a distanza.
Nel contesto contemporaneo, un kit può includere oggetti fisici, ma anche contenuti digitali come app, ebook, video. Ed è proprio questa ambivalenza - tra fisico e digitale, tra concreto e simbolico - che ha ispirato studenti e studentesse nella progettazione dei loro kit. L'attenzione è stata posta sull'equilibrio tra forma e contenuto, tra messaggio e supporto materiale. La campagna di comunicazione associata a ciascun kit - diffusa tramite social media, stampa e eventi - ha completato l'azione progettuale, veicolando messaggi di sensibilizzazione e promuovendo un'idea di design come atto sociale.

Packaging come interfaccia di relazione

Le crisi emozionali prese in esame dai gruppi di progetto riguardano situazioni frequenti ma spesso laciate: dalle malattie alle perdite, dai cambiamenti identitari ai conflitti interpersonali o interiori.
L'obiettivo è stato quello di fornire un primo sostegno emotivo, un segnale che dice: "non sei solo", "non sei invisibile".
In questa prospettiva, il packaging non è più soltanto un involucro, ma diventa interfaccia relazionale, capace di avviare un processo di contatto e riflessione. I materiali, i formati, i messaggi, le grammatiche visive sono stati scelti con attenzione, per favorire un dialogo delicato e non invasivo, empatico e rispettoso.
Il progetto ha visto la partecipazione attiva di numerose organizzazioni del territorio impegnate rispetto nel benessere psicologico, nella salute mentale e nell'inclusione sociale: Associazione G.R.D. Gentori Ragazzi Down Bologna, Bimbo Tu, Cassero LGBTQIA+ Center, Educare alle Differenze, Fondazione Blue Butterfly E.T.S., La Bete Magica ODV - Amici per l'Alzheimer e il Parkinson, Scuola Penny Wirton Bologna - Associazione Dirittu alla Parola, SIPEM SoS ER - Società Italiana Psicologia dell'Emergenza Emilia Romagna, Susan G. Komen Italia - Comitato Emilia Romagna, U.S.S.M Ufficio Servizio Sociale Minorenni - Sede di Bologna. Il dialogo con queste realtà ha permesso di approfondire le esigenze specifiche di diverse target - minori, anziani, migranti, persone con disabilità - e di costruire soluzioni che rispondessero a bisogni concreti e articolati.

Il packaging che abbraccia

A fondamento del progetto vi è una visione del benessere psicologico come stato di equilibrio che consente all'individuo di sviluppare le proprie capacità, affrontare le sfide quotidiane, costruire relazioni sane e dare senso alla propria vita.
Il design, in questo contesto, si propone come mediatore tra bisogno e risposta, come linguaggio capace di facilitare la resilienza, stimolare l'autonomia e favorire l'inclusione.
Il progetto Care Package ha messo in luce come il design possa agire non solo sulla forma degli oggetti, ma anche sui significati, sulle relazioni e sulle quotidiane della vita delle persone. In tal senso, il packaging si riconferma non solo contenitore, ma contenuto comunicativo, capace di fare carico della complessità emotiva e sociale del nostro tempo.
"Care Package. Kit per crisi emozionali" non si limita a esplorare il design inclusivo. In pratica, lo mette in scena e lo traduce in artefatti concreti e comunicabili. L'intero percorso didattico ha avuto come asse portante l'idea che il packaging possa essere un gesto che abbraccia, un artefatto che si prende cura delle persone.
In un momento storico in cui il benessere psicologico è sempre più al centro dell'attenzione dell'opinione pubblica, ma ancora spesso stigmatizzato o trattato in modo astratto, questo progetto propone un approccio tangibile e sensibile. Un modo per riflettere, attraverso la pratica progettuale, sul ruolo che il design e la comunicazione visiva possono avere nel promuovere relazioni più umane, solidali e consapevoli.

Erik Crawegna - erik.crawegna@unibo.it
Sara Battistini - sara.battistini1@unibo.it
Advanced Design Unit Università di Bologna

FILO DI VOCE
Progetto di Alessia Gambino, Lucia Godoli, Giulia Grande, Maria Revaioli, Beatrice Salvini. Realizzato in collaborazione con IN.S.S.M. Ufficio Servizio Sociale Minorenni - Sede di Bologna.

Il progetto supporta il dialogo tra assistenti sociali e minorenni autori di reati, incentivando l'apertura e la creazione di un ragionto di fiducia. Attraverso un diario personale e un gioco di carte, ragazze e ragazzi possono esplorare le loro emozioni e instaurare conversazioni autentiche, per un percorso di crescita personale e di recupero verso il rinserimento nella società.

SINTONIA
Progetto di Tommaso Graziani, Alessia Menegazzo, Amanda Tarsetti, Mirela Vila Blaya, Serena Zuel. Realizzato in collaborazione con la Fondazione Blue Butterfly E.T.S.

Il progetto intende promuovere il benessere individuale, familiare e sociale di giovani con autismo. Il kit, destinato ai caregiver, è costituito da un mazzo di carte con proposte di attività artistiche e musicali, provviste delle artoterapia. Comprende indicazioni su come realizzare tali attività ed eventualmente adattarle, anche con il supporto di professionisti.

ALTRIMENTI
Progetto di Francesca Guidotti, Tommaso Ilardo, Lisa Novelli, Camilla Polloni, Luca Rivello. Realizzato in collaborazione con l'Associazione G.R.D. Gentori Ragazzi Down Bologna.

Il progetto aiuta le persone con sindrome di Down di età tra i 18 e i 25 anni a gestire le emozioni e le relazioni sociali. Un gioco, da utilizzare in gruppo con una supervisione professionale, permette di apprendere ed affrontare le crisi emotive. Una campagna di sensibilizzazione mira a favorire l'inclusione e l'abbattimento degli stereotipi intorno alla sindrome di Down.

LIBERAMENTE
Progetto di Greta Mazzanti, Margherita Montanari, Leila Esperanza Ramos, Giulia Sampieri, Sofia Zivi. Realizzato in collaborazione con La Rete Magica ODV - Amici per l'Alzheimer e il Parkinson

Il progetto è pensato per promuovere il benessere dei caregiver non professionisti che assistono familiari con Alzheimer o altre forme di demenza, fornendo un kit pratico per la gestione delle emozioni. Attraverso esercizi ispirati alla tecnica EMDR, aiuta a potenziare l'auto efficacia, promuovendo l'equilibrio mentale, la serenità interiore e la consapevolezza emotiva.

PARIA
Progetto di Matilde Crostolo Gualteri, Vittoria Gabelli, Adriana Grynyuk, Seza Güzelüz, Ester Herrera Fernández. Realizzato in collaborazione con Susan G. Komen Italia - Comitato Emilia Romagna.

Il progetto fornisce supporto pratico ed emotivo alle donne che hanno affrontato un intervento per il cancro al seno. Il kit comprende un diario personalizzabile con aggiornamenti mensili, guari per la scrittura e QR code che rimandano a video di yoga oncologico, Cori è "Murale delle Mani", le donne di Komen lasciano un'impronta simbolica, trasmettendo un messaggio di sorellanza e guarigione.

MIA
Progetto di Ilaria Natali, Agnese Stoppa, Lucia Tinti, Annemieke van den Heuvel, Chiara Zanoni. Realizzato in collaborazione con Bimbo Tu

Il progetto è pensato per supportare giovani adulte affette da malattia durante il processo di recupero. Il kit comprende un set da tavola per quattro persone con tovaglietta e sottobicchieri con frasi motivazionali e una confezione di DAS, per stimolare la creatività e la condivisione. L'obiettivo è favorire il recupero di una relazione equilibrata con il cibo e momenti di convivialità.

FALLABINGLLASSO MAGGIO GIUGNO 2025

LEGGI ALTRO IN "MATERIALI"

MATERIALI
La bellezza che rigenera
Cristina Grassi

MATERIALI
Ondulati Maranello chiude il 2025 con risultati solidi
Redazione

MATERIALI
La prima tappa estera per Changsa
Redazione

IL NOSTRO NETWORK

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Nome * Cognome *
Email *
Ragione sociale * Settore aziendale *
Ho letto l'informativa della privacy per Groupo UCMA
Acconsento all'invio di comunicazioni marketing come descritto nella nostra "Cookie Policy"
Sì No
Inserisci il captcha *
ISCRIVITI

PER LA TUA PUBBLICITÀ

Chi siamo | Media Kit

SEARCH

Enter the terms you wish to search for.
GO

Italia Imballaggio 30°

Kairos Media Group Srl

Stradello Fiuma Buscoldrone, 84
21126 Baggiovara (MO) ITALIA
Tel. +39 059 512 137 - +39 059 512 137
E. info@italiaimballaggio.it

Codice Fiscale e Partita IVA 02277800363
Capitale sociale Euro 31.460,00 i.v.

Italia Imballaggio 30° © 2025 Kairos Media Group Srl - All rights reserved
The Publisher declines any liability for the contents of articles or interviews

Condizioni d'uso Privacy Policy Cookie policy RSS