

---

## A010 idee

L'idea è l'anima del progetto come la struttura e l'apparato funzionale ne sono il corpo.

L'idea per essere sufficientemente forte da potersi trasformare in un progetto vincente deve essere

- semplice

La semplicità, base di ogni buon progetto, permette una chiara comprensione delle intenzioni progettuali e l'identificazione nel pensiero del progettista.

- innovativa

L'innovazione è l'elemento cardine del progetto, poiché caratterizza il prodotto differenziandolo da ciò che già esiste.

- riconoscibile

La riconoscibilità dell'idea generatrice deve essere garantita nel prodotto finito, conferendo al prodotto stesso forza intrinseca e grande attrattività.

Solo quando tanto il progettista quanto l'utente sono in grado a partire dal prodotto finito di riassumere l'idea sottesa al progetto in un gesto, un segno grafico o con un semplice schema, siamo di fronte a un'idea forte. Il prodotto sviluppato con coerenza sulla base di un'idea forte ha una sua anima riconoscibile e vivrà nel tempo.

### TOBLERONE

Prodotto creato nel 1908 dal cioccolataio Theodor Tobler, il Toblerone è uno dei simboli della Svizzera.

Qual'è il segreto del successo di questo prodotto che da oltre un secolo mantiene inalterato il suo fascino e viene venduto praticamente uguale nel design e persino nel packaging?

Forse il segreto risiede proprio nella sua straordinaria semplicità intrinseca: è una forma pura, un triangolo uguale al monte Cervino (uno dei simboli della Svizzera maggiormente conosciuto internazionalmente) al quale si fa riferimento sull'imballaggio: il Toblerone assume così a simbolo nazionale.

Visto di lato è una ripetizione di triangoli, cosa che conferisce ancora maggior forza all'idea originaria.

Per assaporarne un pezzo basta far leva sul fondo della barretta per staccarne un boccone, un triangolino. Delizioso. Geniale!



Monte Cervino



Toblerone - 1908



Toblerone - 2018