

## **Fan FranciacortAppassioNati: unconventional approach per il territorio della Franciacorta**

FAN FranciacortAppassioNati è un'associazione nata una sera davanti ad una flûte di Franciacorta - non poteva essere altrimenti - da un gruppo di sette giovani, due ragazze e cinque ragazzi, con la passione per il proprio territorio e tanta voglia di fare.



Lo scopo dell'associazione è quello di ampliare gli estimatori del vino Franciacorta fra le nuove generazioni, proponendolo secondo modalità non convenzionali, per attirare un pubblico di possibili appassionati a cominciare proprio dall'area nella quale viene prodotto.

L'associazione ha quindi l'obiettivo concreto di valorizzare il Franciacorta comunicando in modo accessibile, senza però sminuirne il forte valore percepito.

Il punto di partenza è un nuovo approccio al vino, attraverso aperitivi "on the road" e in locali di tendenza, nei quali i giovani produttori spiegano ad altri giovani il Franciacorta, guidandoli in assaggi piacevoli e coinvolgenti.

In questo contesto SGA ha avuto il piacere di contribuire alla creazione della giovane ed effervescente associazione (In particolare il naming FAN Franciacorta Appassionati e



## FRANCIACORTA**APPASSIONATI**

la brand), grazie alla sua consolidata esperienza in Franciacorta, maturata in molti anni di collaborazione con diverse cantine del territorio: **Barone Pizzini, Bellavista, Berlucchi, Castello di Gussago, Contadi Castaldi, Corte Aura, Derbusco Cives, Ferghettina, Quattro Terre, Vezzoli.**



Proprio questa esperienza è servita a calibrare nella comunicazione il peso tra gli aspetti “giovani ed innovativi” che denotano l’associazione e la necessaria comunicazione dei valori di fondo che comunque devono accompagnare un prodotto complesso come il Franciacorta.

Il nome dell’associazione è nato giocando con l’assonanza tra “FUN” (acceso ammiratore e sostenitore sia nell’ambito dello spettacolo, come dello sport) e “FAN”, acronimo derivato dalla fusione di tre parole (FranciacortaAppassionati). Il nome risulta quindi brevis-

simo, immediato, facile da pronunciare e da ricordare; un nome nel quale è facile riconoscersi.

Trasmette l'amore per il territorio di appartenenza e per il vino che ne scaturisce.

Il naming è poi completato da un giocoso segno grafico che ripete l'acronimo all'interno delle ormai celebri "bollicine" - di Franciacorta ovviamente - che è il termine più utilizzato per chiedere questo tipo di vino durante l'aperitivo.

L'obiettivo del brand è di supportare, attraverso gli eventi e le attività dedicate, alle quali è stato attribuito il titolo '**Born to be: FAN**', lo sforzo divulgativo e di creazione della cultura del Franciacorta.

Con leggerezza; evitando di appesantirne la percezione con orpelli e rigidità formali che finirebbero per travisare la sua vera funzione: raccontare giovani che creano cultura del vino dialogando con altri giovani.



**S G A**

corporate & packaging  
design

via Sudorno 44  
24129 Bergamo - Italia

Tel. +39 035 26 50 931  
Fax +39 035 26 18 95

[contact@sgaitalia.it](mailto:contact@sgaitalia.it)