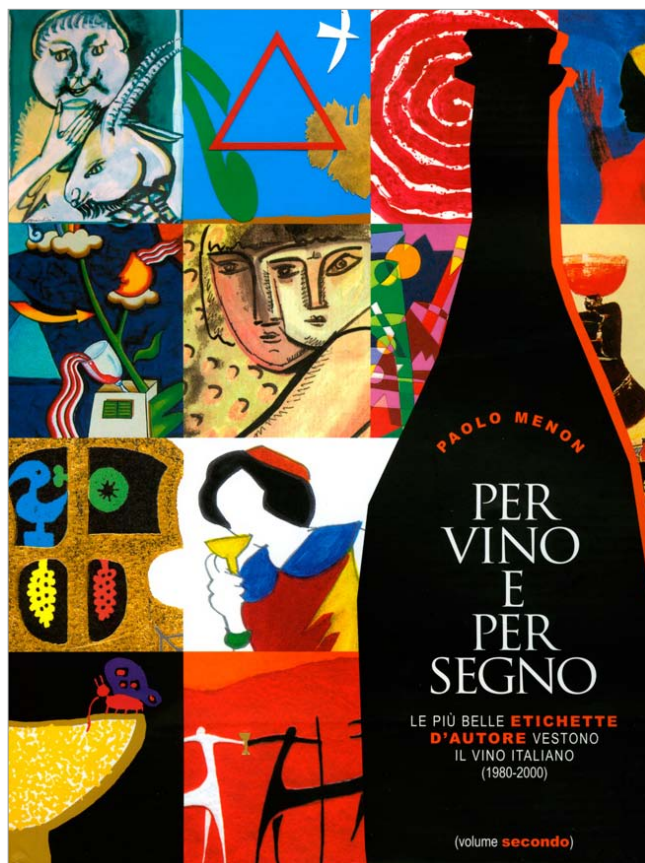


2004 - Per Vino e Per Segno

“Le più belle etichette d’autore vestono il vino italiano” di Paolo Menon edito da Planning, vol. II

L’immagine di questa elegante etichetta è semplicemente «favolosa», narrata cioè dalla fanciullesca matita di Zeno, figlio di Giacomo, che ne traccia i contorni affabulatori per trasmettere tutta la naturalità e i profumi del Moscato... appena assaggiato. Nasce così una farfalla (o forse un’ape?) che si posa sul calice, attratta da profumi e forme del vino che assomigliano a un fiore da suggerire. Il fondo nero dai riflessi blu e l’oro, che rappresenta il vino dolce e il sole, sono interventi grafici successivi che il padre Giacomo perfeziona - sic et simpliciter - con austera art direction. Giacomo Bersanetti (Bergamo, 1957) deve la sua formazione artistica all’Accademia di Belle Arti di Bergamo, all’Istituto d’Arte di Urbino, all’Accademia di Belle Arti di Carrara e a quella milanese di Brera, dove si diploma nel 1982. Nel 1983 fonda a Bergamo lo Studio Grafico Artigiano per lo studio e la consulenza progettuale di prodotti da bere: distillati e liquori, olii e vini come per



questo antico **Moscato d’Asti**, Docg (Moscato bianco di Canelli, già conosciuto in epoca romana), vendemmiato nella prima metà di settembre e vinificato in purezza da Maria Borio. Vino da bere giovane, in quanto fragranza e freschezza floreale si attenuano col tempo. Ad hoc per dolci al cucchiaino.

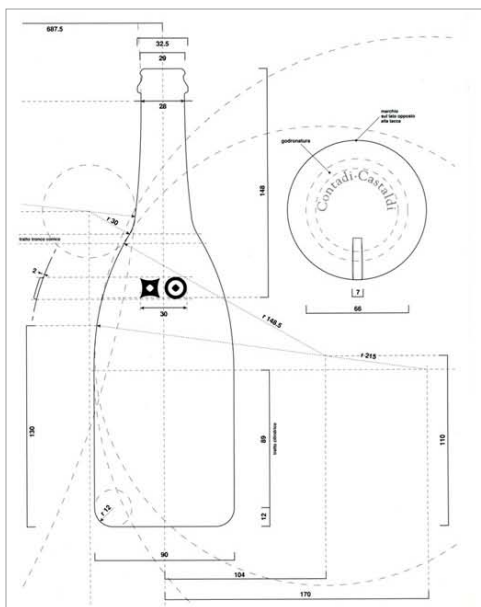
Una goccia, una semplice goccia è quanto di più perfetto, essenziale sia stato creato dalla Natura per foggare un vaso vinario. Minimalismo estremo? Purezza assoluta della forma per contenere liquidi? Si potrebbe affermare che se una bottiglia fosse progettata seguendo i canoni architettonici di una goccia, il vino contenuto nel nuovo vaso vinario si troverebbe nelle



migliori condizioni per evolversi, affinarsi e conservarsi. E se l'arte del vetro è antica quanto la storia della civiltà, oggi osserviamo ancora il mastro vetraio soffiare nel magma incandescente e, come allora, notare che all'estremità della cannula un palloncino di fuoco assume via via le sembianze ideali di una goccia, trasformarsi in vaso alchemico o, meglio, in fiasco di tipo toscano. Ogni bottiglia dovrebbe, in sintesi, assomigliare a una goccia, una grande goccia di vetro, capace di concedere al vino l'armonia necessaria alle sue metamorfosi. Come nasce, dunque, una bottiglia con simili caratteristiche? Quali sinergie professionali, stilistiche, enologiche contribuiscono a progettare, produrla e vestirla? Dagli enologi apprendiamo come trarre dalla Natura spunti preziosi per disegnare le sinuosità vitali del vino. E così - carpe diem! - dall'incontro di due mondi, quello vitivinicolo di **Vittorio Moretti, Martino De Rosa e Mario Falcetti** con quello grafico di Giacomo Bersanetti e Francesco Voltolina, nasce una nuova bottiglia

per un perfetto affinamento sui lieviti delle cuvée Franciacorta. L'enologo Mario Falcetti sostiene che numerosi studi condotti nelle zone di produzione tradizionali del Metodo classico hanno evidenziato che «il formato della bottiglia è in grado di incidere sull'evoluzione gusto-olfattiva di una cuvée. In particolare è stato ampiamente dimostrato che le potenzialità di espressione di una cuvée aumentano con l'aumentare del volume del formato». Un Magnum (1,5% lt) o un Jeroboam (3 lt) presentano dunque un vantaggio di forma in grado di incidere sul contenuto. La «spalla» di questa nuova bottiglia permette un maggiore contatto dei lieviti con la massa vinosa. E cioè, «più sottile ed esteso è lo strato dei lieviti», continua Falcetti, «maggiore sarà la sua interazione con il vino e, di conseguenza, la sua capacità di cedere sostanze preziose allo sviluppo di particolari aromi e profumi». Ecco perché nei formati più grandi, in cui è maggiore il volume del liquido e più ampio il raggio di curvatura della bottiglia, si creano maggiori opportunità di variabilità e intensità sensoriale.

Rispetto al disegno tradizionale di una bottiglia per bollicine, la **Contadi Castaldi** allarga di proposito il suo raggio di curvatura, il suo corpo, mentre il collo subisce una riduzione della sua capacità volumetrica in lunghezza e diametro, lasciando spazio alla possibile dilatazione del vino che, a seconda della temperatura, potrà così aumentarne o diminuirne il volume. La bottiglia deve essere poi accatastata, manipolata, etichettata e spedita: tutti elementi che devono predominare rispetto all'estetica pura. Ma una bottiglia deve rappresentare anche il produttore che affida la sua immagine alla seduzione commerciale del marchio da disegnare con originalità, semplicità e leggibilità indiscu-



ziale del marchio da disegnare con originalità, semplicità e leggibilità indiscutibili. Il logo della Contadi Castaldi (tel. 030/7450126) è costituito da due elementi grafici distinti e complementari. Entrambi rappresentano la stilizzazione in dettaglio del gioco di pieni e vuoti creato fra gli interspazi delle bottiglie accatastate per l'affinamento: il quadrato dai lati concavi (primo segno) e il fondo della bottiglia rappresentato da un cerchio (secondo segno). Avvicinati, i due segni rappresentano un concetto di inseparabilità volutamente accentuata dal team di Giacomo Bersanetti a suggello del doppio nome dell'azienda vitivinicola, la Contadi Castaldi, per l'appunto, il cui significato riconduce alle antiche contee di Franciacorta già rinomate per la produzione di vini e quindi agli antichi signori e padroni di queste terre.

Il percorso progettuale prosegue giungendo in vetreria dove il direttore di produzione farà eseguire un modello in legno su cui interverranno successivi ritocchi voluti dal designer e dal cliente. Quindi, nuovo modello del disegno finale e disegno esecutivo (completo di quote) per la vetreria. E ancora: reinterpretazione tecnica della vetreria per la realizzazione dello stampo pilota; tiratura limitata in vetro della bottiglia per verifiche; test di resistenza alla pressione, corretta distribuzione del vetro, diametri interni da rispettare obbligatoriamente, lunghezza dei tratti cilindrici interni (collo) ed esterni (corpo); eventuali marchi e decorazioni in rilievo. Infine, indispensabili ultimi accorgimenti da apportare alla bottiglia e realizzazione della serie di stampi destinati alla produzione. Tutto ciò richiede almeno sei mesi di passione e di lavoro.

À DESTRA, IL PROGETTO TRADIZIONALE DI ALCUNE FORME VINARIE TRONCHI IN LACCO. A SINISTRA, LE ANTICHE BOTTIGLIE VETRIE DI PIEDI, DIMASI 1854 E GIARDINETTI COSTRUTTE DA ANGELO BRUSINI, VICINARIO DI CORNO DI ROSSANO, LIGURIA.



tibili. Il logo della Contadi Castaldi è costituito da due elementi grafici distinti e complementari. Entrambi rappresentano la stilizzazione in dettaglio del gioco di pieni e vuoti creato fra gli interspazi delle bottiglie accatastate per l'affinamento: il quadrato dai lati concavi (primo segno) e il fondo della bottiglia rappresentato da un cerchio (secondo segno). Avvicinati, i due segni rappresentano un concetto di inseparabilità volutamente accentuata dal team di Giacomo Bersanetti a suggello del doppio nome dell'azienda vitivinicola, la Contadi Castaldi, per l'appunto, il cui significato riconduce alle antiche contee di Franciacorta già rinomate per la produzione di vini e quindi agli antichi signori e padroni di queste terre. Il percorso progettuale prosegue giungendo in vetreria dove il direttore di produzione farà eseguire un modello in legno su cui interverranno successivi ritocchi voluti dal designer e dal cliente. Quindi, nuovo modello del disegno finale e disegno esecutivo (completo di quote) per la vetreria. E ancora: reinterpretazione tecnica della vetreria per la realizzazione dello stampo pilota; tiratura limitata in vetro della bottiglia per verifiche; test di resistenza alla pressione, corretta distribuzione del vetro, diametri interni da rispettare obbligatoriamente, lunghezza dei tratti cilindrici interni (collo) ed esterni (corpo); eventuali marchi e decorazioni in rilievo. Infine, indispensabili ultimi accorgimenti da apportare alla bottiglia e realizzazione della serie di stampi destinati alla produzione. Tutto ciò richiede almeno sei mesi di passione e di lavoro.



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