

2002 - Impackt

Imbottigliature

Non mi era mai capitato di vedere una bottiglia con l'ombelico, un'etichetta che si avvolge come un nastro spiraliforme, un tappo di sughero che si legge attraverso il vetro...

...E non sono dovuta andare troppo lontano per toccare con mano, solo fino a Bergamo, nella quieta operosità della Città Alta. Lì, in una bella e antica casa dalle pareti affrescate, in un'atmosfera tutta italiana che riunisce senza conflitti tecnologia e tradizione, un gruppo di progettisti-artisti lavora con passione ai più raffinati progetti di packaging per bottiglie di vino, olio e distillati, che abbia mai visto.

Si chiama Studio Grafico Artigiano, creato nel 1983 da Chiara e Giacomo Bersanetti come studio di progettazione grafica e immagine aziendale. Attualmente è un singolare atelier di professionisti che condividono, oltre a gusti e ideali, anche una formazione di tipo artistico che li porta a realizzare accuratissimi progetti di grande impatto sia concettuale che formale. Vista la comune "denominazione d'origine controllata", i membri del gruppo - tra cui, dal 1996, è stabilmente presente anche l'artista Francesco Voltolina - sono degli autentici esteti e tutte le bottiglie che escono dalle loro menti e dalle loro mani sono, innanzitutto, delle vere e proprie sculture da tavola. Tali sono infatti i bei

LO STUDIO GRAFICO SGA DI BERGAMO LAVORA COME UN ATELIER DI ALTA SARTORIA; LA FORMA DI OGNI BOTTIGLIA, LA GRAFICA DI OGNI ETICHETTA È DISEGNATA COME UN ESCLUSIVO "ABITO", SU MISURA PER OGNI SINGOLO PRODOTTO.

THE SGA GRAPHICS STUDIO OF BERGAMO WORKS LIKE A HAUT-COUTURE ATELIER; THE SHAPE OF EACH BOTTLE, THE GRAPHICS OF EACH LABEL IS DESIGNED LIKE AN EXCLUSIVE "DRESS", TAILORED FOR EACH SINGLE PRODUCT.



tradizione sacra che a quella popolare, sia occidentale che orientale. Le cantine Pietra, che si trovano presso Suvereto, un antico paese della Toscana maremmana, sono caratterizzate da un edificio centrale cilindrico la cui sommità è tutta una imponente scalinata che conduce a un preciso punto di osservazione posto fra cielo e terra. Nell'etichetta per la Riserva Pietra l'elemento terreno terra-uomo-cielo viene narrato attraverso la riproduzione di tre cerchi in progressione, fatti di parole, che si intersecano tra loro per rappresentare proprio il rapporto che lega l'uomo e l'albero (e quindi la vite) al cielo e alla terra. L'etichetta del vino Xin di Cornia, invece, rappresenta la volta celeste caratterizzata dai classici elementi simbolici temporali (12 linee circolari, relative ai mesi e alle costellazioni; 8 sfere, relative alle fasi lunari; 7 anelli concentrici centrali, relativi ai giorni della settimana) posti in rapporto con il ciclo della coltivazione della vite e la produzione del vino. Una bottiglia senza etichetta è invece quella pensata per il vino Pissum della Cascina Castelli. L'idea di partenza era di affermare l'eccezionale unicità di quel vino superando, sia concettualmente che fisicamente, la comune targhetta cartacea incollata sul corpo della bottiglia. Una P prealfabica, rossa ed inconfondibile, s'ingrafica su vetro, è stata la soluzione. La comunicazione, divenuta in questo modo immediata e veloce, fa riconoscere la marca del vino per il forte segno grafico, mentre tutte le altre indicazioni vengono comunicate su un cartiglio posto audacemente lungo il collo della bottiglia. Le due caratteristiche, il vetro s'ingrafato e l'etichetta sul collo, hanno fatto di questo



1997

1998

1999

2000

2001





2002

2003

modelli di studio, torniti in legno, prima di diventare oggetti per la produzione.

Ma lo Studio Grafico Artigiano non si limita a pensare involucri ed etichette, per quanto raffinati: la sfida è quella di contestualizzare la confezione, magari arrivando ad accostare packaging e architettura, come nel caso del progetto di immagine coordinata per l'azienda agricola Petra. L'architettura delle cantine, progettate da Mario Botta, è stata ulteriormente sviluppata secondo tutta una serie di simbolismi appartenenti sia alla tradizione sacra che a quella popolare, sia occidentale che orientale. Le cantine Petra, che si trovano presso Suvereto, un antico paese della Toscana maremmana, sono caratterizzate da un edificio centrale cilindrico la cui sommità è tutta una imponente scalinata che conduce a un preciso punto di osservazione posto tra cielo e terra. Nell'etichetta per la Riserva Petra l'elemento ternario terra-uomo-cielo viene narrato attraverso la riproduzione di tre cerchi in progressione, fatti di parole, che si intersecano tra loro per rappresentare proprio il rapporto che lega l'uomo e l'albero (e quindi la vite) al cielo e alla terra. L'etichetta del vino Val di Cornia, invece, rappresenta la volta celeste caratterizzata dai classici elementi simbolici temporali (12 linee circolari, relative ai mesi e alle costellazioni; 8 sfere, relative alle fasi lunari; 7 anelli concentrici centrali, relativi ai giorni della settimana) posti in rapporto con il ciclo della coltivazione della vite e la produzione del vino. Una bottiglia senza etichetta è invece quella pensata per il vino Passum della Cascina Castlet. L'idea di partenza era di affermare l'eccezionale unicità di quel vino superando, sia concettualmente che fisicamente, la comune targhetta cartacea incollata sul corpo della bottiglia. Una P prealfabetica, rossa ed inconfondibile, serigrafata su vetro, è stata la soluzione. La comunicazione, divenuta in questo modo immediata e veloce, fa riconoscere la marca del vino per il forte segno grafico, mentre tutte le altre indicazioni vengono convogliate su un cartiglio posto audacemente lungo il collo della bottiglia. Le due caratteristiche, il vetro serigrafato e l'etichetta sul collo, hanno fatto di questo progetto uno dei packaging più innovativi del settore.

Con lo stesso tipo di impostazione progettuale e studiata per la stessa azienda agricola è anche bottiglia del vino Avié, evanescente e misteriosa, che reca sul suo corpo, letteralmente, l'impronta della mano della proprietaria. Infatti, per sottolineare la decisione di Maria Borio di dedicarsi in modo ancora più incisivo e diretto alla gestione e alla cura dei propri vigneti, oltre che per evidenziare la quantità di attenzioni profuse nella produzione di quel vino, Bersanetti e i suoi collaboratori, hanno pensato di trasferire le



impronte digitali della signora Borio su vetro, serigrafandole poi in oro zecchino. È stata realizzata quindi una bottiglia che con il suo packaging, fatto tutto di tocchi leggeri e di concetti, riesce ad esprimere grande preziosità, qualità e gusto.

L'ombelico del mondo non è un luogo, è una bottiglia di spumante, almeno così da quando lo Studio Grafico Artigiano ha deciso di affrontare il tema del packaging per gli spumanti Tosti con una ricerca sugli archetipi collettivi. Dovendo innovare e caratterizzare l'immagine delle bottiglie e volendolo fare, come sempre, in linea con un concept forte e significativo, lo Studio ha deciso di associare al vino/spumante e al suo contenitore, la bottiglia, l'archetipo della Grande Madre, colei che contiene, protegge, nutre e genera, spesso simbolizzata nelle antiche civiltà dal vaso, l'anfora, l'otre. È stata quindi disegnata una bottiglia che è l'evoluzione di un vaso simbolico, dalla forma morbida e tondeggiante come di un corpo femminile, caratterizzato dalla piccola concavità dell'ombelico. Questa nicchia, situata al centro della "pancia" della bottiglia, diventa



un forte elemento distintivo, cattura l'attenzione e attrae il consumatore che compie il gesto istintivo di afferare il prodotto per conoscerlo anche attraverso il tatto. Attorno all'ombelico ruotano tutti gli altri elementi che concorrono alla vestinazione della nuova bottiglia, come l'etichetta e la collareta che si integrano in una unica forma circolare, e avvolgendolo ne amplificano la centralità. Non è stato facile realizzare tecnicamente il vetro di questa bottiglia, soprattutto tenendo conto del fatto che il vino spumante esercita una pressione notevole sulle pareti del contenitore, tuttavia alla fine la sfida è stata superata e ne è risultato un imballaggio unico nel suo genere.

Ancora una storia: il marchio del vino Sparina è stato sviluppato partendo dalla lettera S del nome trasformata poi in doppia spirale con tutti i riferimenti simbolici, artistici e tradizionali che ne conseguono. La doppia spirale, ingigantita, diviene anche motivo decorativo e di riconoscimento per le cassette-regalo in cui il tradizionale legno con le sue caratteristiche di colore, calore e pienezza è abbinato a un innovativo foglio di ple-xiglas, trasparente e leggero. Il gioco della trsparenza è ancora utilizzato sul collo della



bottiglia attraverso cui è possibile leggere il marchio stampato sul tappo di sughero. Tante bottiglie, tante etichette... Tanti vestiti ritagliati e cuciti ad hoc come abiti sartoriali. C'è, per esempio, una bottiglia nera, slanciata ed elegante, vestita solo di un lungo nastro, avvolgente e sinuoso; e ce n'è un'altra, un'edizione speciale 2000, in cui una corazza di cera d'api naturale ricopre, sigillandoli, tappo, collo e spalle. Ci sono etichette scritte dalla mano di esperti calligrafi, altre asimmetriche e varimente fustellate. Bottiglie grandi con piccole etichette ed etichette trasformate in poesia su bottiglie con le ali. E poi altre e altre ancora. Parole, lettere segni e disegni; superfici e volumi; colori materiali e finiture... ogni bottiglia diventa un racconto diverso che aggiunge un nuovo "sapore" al suo contenuto.

Sonia Pedrazzini



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