

2001 - ItaliaImballaggio

Racconti di vini



**ItaliaImballaggio**  
THE VOICE OF ITALIAN PACKAGING

10/01 ottobre  
Speciazione in a. p. 1420/01 e 1420/02  
Tegge Scatolo - Frazzini di Milano  
L'Arte Grafica (Frasca micrografica)  
CNP2 Roberto Milano S. 12.2000

## Racconti di vini

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

attraverso il vetro... Sonia Podrazzini

**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 stin-

golo 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 Vololinia - sono degli interioristi esteti e tutte le bottiglie che escono dalle loro mani sono, innanzitutto, delle vere e proprie sculture da tavola. Tali sono infatti i bei modelli di studio, tornati in legno, prima di diventare oggetti per la produzione.



**PACKAGING, ARCHITETTURA E STORIA**  
Ma lo Studio Grafico Artigiano non si limita a pensare involontari ed etichette, per quanto raffinati: lo sfida il 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 ideatamente sviluppata secondo tutta una serie di simbologie apparentemente sia alla tradizione sacra che a quella popolare, sia occidentale che orientale. Le cantine Petra, che si trovano presso Sovereto, un antico paese della Toscana maremmana, sono caratterizzate da un edificio centrale cilindrico la cui sommità è tutta una imponente scultura che condi-

**Wine tales**

*I had never seen a bottle with a novel, a label which wound round the bottle like a spiral of hope, a cork you could read through the glass...*

**Sonia Podrazzini**

... And I didn't have to go far to touch them with my own hands, only as far as Bergamo, in the quietly industrious environment of Bergamo

*Alta. There, in a beautiful old house with frescoed walls, in a totally Italian atmosphere where technology and tradition blend harmoniously, a group of artist/designers work with a passion in the most sophisticated projects for the packaging of bottles of wine, oil and spirits, such as I have never seen.*

The place I am speaking about is called Studio Grafico Artigiano, set up in 1983 by Chiara and Giacomo Bersanetti as a studio of graphic design and company image. It is now a unique workshop of professionals

*with the same tastes and ideals, who also share a system of artistic training which has allowed them to create carefully devised projects which have great impact both in terms of concept and form.*

Gives the high professional standards of the members of the group, which since 1996 has enjoyed the full-time co-operation of the artist Francesco Vololinia. It comes as no surprise that they are true aesthetes and that all the bottles, the products of their imagination and their hands, are true table sculptures. They are in fact

**PACKAGING, ARCHITETTURA AND HISTORY**  
But Studio Grafico Artigiano does not limit itself to devising wrappings and labels, no matter how sophisticated. The challenge is to put the packaging into a context, with the aim of combining packaging and architecture, as in the case of the coordinated image project for the Petra agricultural company. The architecture of the winery, designed by Mario Botta, has

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 con-



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.

### **Anche senza etichetta**

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.

### **L'impronta di una mano**

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**



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 collaretta 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 rico-



noscimento 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 plexiglas, trasparente e leggero. Il gioco della trasparenza è ancora utilizzato sul collo della bottiglia attraverso cui è possibile leggere il marchio stampato sul tappo di sughero.

### **Bottiglie come abiti**

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](mailto:contact@sgaitalia.it)