

## *Il Parere della giuria*

La Giuria, riunitasi il 5 settembre a Milano, premia l'Etichetta A degli architetti Franco Origoni e Anna Steiner per l'impatto complessivo della comunicazione di prodotto e la coerente soluzione d'insieme del design grafico, dove lo studio di un formato originale "marchia" in modo netto la superficie del contenitore e la valenza di "moderna araldica" conferisce identità ad un contenuto di pregio.

In particolare, le cromie riprendono con efficacia ed enfatizzano la preziosità dei toni dell'involucro; il tratto manuale della scrittura sottolinea la cura artigianale e l'unicità proprie del prodotto; la lettura in verticale conferisce slancio e leggibilità alla denominazione del prodotto e garantisce con equilibrio la riconoscibilità della marca.

Il Presidente  
Professor *Giovanni Baule*

## *La Giuria del Concorso*

Presidente: Professor *Giovanni Baule*, Direttore della rivista "Linea grafica", Professore straordinario di Disegno Industriale e coordinatore del Corso di Laurea di Comunicazione presso la Facoltà del Design del Politecnico di Milano

Architetto *Carlo Forcolini*, Presidente dell'ADI

Architetto *Alberto Cavalli*, Presidente della Provincia di Brescia

Dottor *Adriano Baffelli*, Direttore del Consorzio Tutela del Franciacorta

*Lucia Barzanò* per l'Azienda Agricola il Mosnel







### Etichetta A

La scelta di utilizzare una scritta pennellata a mano corrisponde all'idea di una bottiglia "pezzo unico", che contiene uno spumante intenso legato ad un'emozione irripetibile. La sobrietà della composizione calligrafica che trova il suo equilibrio estetico nel rapporto tra i pieni e vuoti vuole corrispondere al "gusto elegante e di grande equilibrio" del Brut 1990. L'immediatezza della scritta corrisponde insieme al suo "gusto vivo e suadente". La forma nasce dallo studio delle possibilità compositive a partire dall'analisi della singola figura di ogni lettera (nel maiuscolo e nel minuscolo) e dalle corrispondenze che possono scaturire dagli accorpamenti tra loro, e tra loro e i quattro numeri dell'annata di produzione.

Così la corrispondenza armoniosa tra le lettere maiuscole di "Brut" e i quattro numeri del "1990", corrispondenza nata dal rapporto tra le parti tondeggianti e non, dà unitarietà all'insieme, trasformando il segno della scrittura in un segno/simbolo distintivo. Questo può svolgere quella funzione di identificazione tipica del marchio di prodotti, che si affianca a quello della casa produttrice il Mosnel. L'utilizzazione del formato circolare nasce dalla convinzione che la forma pura del cerchio, nella sua classicità, corrisponde anche ad una concezione che ha le sue radici nell'Umanesimo italiano e nella ricerca di astrazioni geometriche e rapporti aurei derivanti dallo studio attento e profondo delle forme naturali. Al cerchio inoltre corrisponde l'idea di universalità, di circolarità di esperienze umane, di convivialità, di equità nella distanza dal centro, quindi di massimo equilibrio. Il collocamento dell'etichetta circolare sulla bottiglia la trasforma in un ovale che ben si adatta al disegno della bottiglia stessa, mentre può evocare la forma naturale dell'acino d'uva.

Mentre è facile trovare etichette circolari di alta qualità nel campo del visual design per confezioni di vario tipo per i prodotti legati alla ristorazione, non ci risulta un formato utilizzato per bottiglia, se non per i casi particolari. Per un Brut così speciale ci sembrava adatta una forma che, nella sua semplicità assoluta, fosse tuttavia originale e diversa in questo campo commerciale. Le varianti in positivo e in negativo su fondi di carte cercate appositamente nel settore specifico per etichette per vini, possono essere considerate sia per una scelta più ampia che per una stampa diversificata o per un'eventuale ristampa. La scritta pennellata potrebbe anche essere stampata a rilievo, con un effetto di tipo translucido. Il colore bronzeo/dorato (carta Gruppo Cordenons Stardream Wowe 1s Copper WS) ci pare particolarmente raffinato e adatto alla stampa della scritta in nero, ma presenta la controindicazione di essere "diverso" dalla copertura dorata del tappo, quindi segnaliamo l'opportunità eventuale di utilizzare anche per il tappo la stessa tonalità di carta, se mai fosse possibile, considerando quest'ultimo un ulteriore elemento distintivo.



### Etichetta B

Una immagine fantasiosa che evoca visioni stellari ed esplosioni di fuochi d'artificio. Gioia e piacere di stare insieme gustando un ottimo e particolare vino. Una classicità che suggerisce distinzione e personalizzazione nella scelta. Un richiamo alla classicità sottolineato dall'uso del carattere Bodoni, il più noto "romano moderno" nella storia della tipografia italiana. Colori che si mescolano in trasparenze delicate su fondo scuro da etichetta blasonata per una tiratura numerata. Etichetta tonda che appare ovale fissata alla bottiglia e la cui forma è sottolineata solo dalla effervescenza delle bolle colorate.

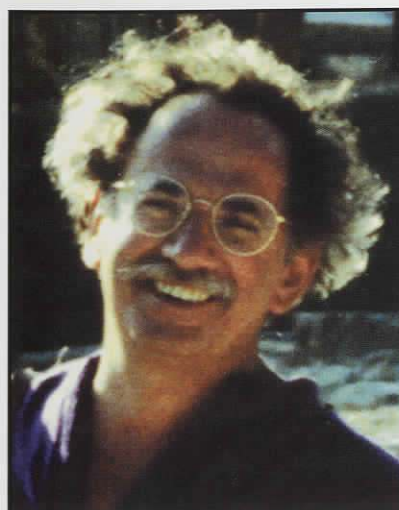


*Etichetta tonda diametro 120 mm*

L'etichetta tonda  
adattandosi alla  
forma della bottiglia  
è percepibile come  
un ovale



*Franco Origoni e Anna Steiner*



Nato a Milano nel 1945, architetto, lavora con Anna Steiner nel campo editoriale e degli allestimenti. Docente al Politecnico di Milano, Facoltà di Design, responsabile di un laboratorio di progetto di allestimenti al 4° anno. Ha curato numerose mostre sulla storia della grafica italiana e sul design.



Nata a Città del Messico nel 1947, architetto, lavora con Franco Origoni nel campo della grafica e degli allestimenti. Docente al Politecnico di Milano, Facoltà di Design, responsabile di un laboratorio di progetto di comunicazione visiva al 1° anno. Ha collaborato con numerose case editrici.