Seduzione : l'arte nei vini o come ho creato un'etichetta di vino

Autor(en): **Rada, Elia**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Quaderni grigionitaliani**

Band (Jahr): **78 (2009)**

Heft 3

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-154324

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

ELIA RADA

Seduzione: l'arte nei vini o come ho creato un'etichetta di vino

Seduzione è il titolo del mio lavoro di maturità, scelto dopo un percorso ricco di sorprese, scoperte e avvenimenti. È sorprendente rimirare l'etichetta di vino che ho partorito nel corso dei mesi da gennaio a settembre, segno che ne è valsa la pena. Sono orgoglioso di aver scelto un tema attuale e coinvolgente in ambito pubblicitario. La pubblicità è un mestiere, infatti, che va ammirato e che intriga milioni di persone. Molte volte ci si annoia davanti alla televisione mentre vengono proiettati gli stacchi di pubblicità, ma la filosofia e il funzionamento di essi è molto complessa. Tante persone non credono alla promozione, sebbene non si rendano conto che ognuno di noi è coinvolto. L'essere umano è sottoposto a tanti stimoli e spesso cede alle tentazioni.

Il mio lavoro non entra scientificamente nell'ambito del marketing, ma si concentra sulla pubblicità di un prodotto vinicolo. Non ci sono basi e studi promozionali, ma una semplice prova di come fare propaganda.

Ho strutturato il tutto in diverse fasi partendo da una serie di informazioni riguardo alla produzione vinicola, al territorio della Valtellina e alla descrizione dell'azienda vinicola Plozza S. A. che mi ha concesso di compiere tutta la mia ricerca presso di loro. In un secondo passo sono entrato in un ambito più specifico, descrivendo molteplici etichette della ditta sopracitata e formulando alcune osservazioni generali. Segue poi l'importante intervista con il Direttore aziendale Andrea Zanolari con cui ho discusso delle tecniche pubblicitarie adottate dalla Plozza SA. Infine ho foggiato quello che è il mio vero lavoro di maturità e cioè la creazione di un'etichetta di vino, con la ricerca dell'idea, la descrizione del vino e l'interpretazione del progetto.

C'è voluto molto tempo prima di cominciare ad avere un'idea e un progetto preciso per la mia etichetta. Era difficile trovare un tema che sarebbe stato logico e sensato. Quando ho iniziato a intravedere qualcosa davanti a me, mi sono sentito davvero sollevato. Ogni volta che avevo un po' di tempo libero provavo a schizzare con matita e gomma cercando un abbinamento ottimale. Quando disegnavo mi sentivo un sognatore pronto ad accogliere l'attimo d'ispirazione. Giocare con i colori e assemblare una marea di idee è stato grandioso. Devo pure aggiungere che grazie al sostegno e al parere di alcuni compagni di classe ho raggiunto davvero quello che volevo. La gioia di aver concluso un lavoro, dal mio punto di vista non meno importante di quelli dei miei predecessori (in tema di *seduzione*), è immensa. Ovviamente ci sono state difficoltà grafiche e coordinative, ma non essendo un pittore o un fanatico di educazione figurativa sono più che soddisfatto del lavoro svolto. È emozionante vedere la mia etichetta incollata alla bottiglia e congratularmi per aver raggiunto l'obbiettivo.

Il motivo per cui ho scelto questo tema è semplice: mi affascina il mondo della pubblicità, il modo in cui viene trasmessa e i pensieri che stanno all'interno di tutto ciò.