

**Londra premia il Made in Italy.
Lo shopper del Rosé Demi Sec de La Montina
primo classificato al Luxury Packaging Awards**

*Rosa, con un tripudio di pizzo nero fino alle maniglie
che così non si erano mai viste, confezionato a mano, chic come pochi:
lo shopper del franciacorta Rosé Demi Sec de La Montina
sbaraglia i concorrenti nella città del design*

Monticelli Brusati – 1 ottobre 2014 – Il **Rosé Semi Sec de La Montina**, si sa, è stato precursore di questa tipologia di vino in tutta la Franciacorta, e della stessa Franciacorta detiene il 95% dell'intera produzione. Ad aprile di quest'anno, durante l'ultima manifestazione del Vinitaly, l'azienda vitivinicola aveva presentato in anteprima la completa ristilizzazione della sua veste (dall'etichetta, alla capsula fino al packaging), riscuotendo, da subito, un riscontro di pubblico entusiasmante. La virtuosità del nuovo look ha avuto l'apice nella notte tra il 29 e il 30 settembre scorsi, **a Londra**, dove il progetto (e nella fattispecie la **shopping bag**) è stato insignito dell'ambito premio **migliore packaging di lusso** nella categoria shoppers al **"Luxury Packaging Awards"**.

Una squadra di eccellenze tutta italiana

Per uno dei migliori franciacorta italiani, non potevano che riunirsi professionisti ed aziende di eccellenza, tutti rigorosamente "born in italy".

A capitanare la squadra **Susanna Bonati**, nota per la sua creatività dirompente e innovativa, nonché Direttore della rivista di comunicazione leader in Italia "Comunicando", chiamata dalla direzione de La Montina espressamente per rivitalizzare uno dei loro prodotti di punta che necessitava di un *"tocco charmant femmine"* e per impostare le linee guida comunicative dell'azienda. Susanna Bonati ha ideato, progettato e diretto artisticamente il restyling del look del franciacorta Rosé Demi Sec della stessa "La Montina", tracciando le coordinate di una totale rivoluzione di stile, femminilizzando e dando forme suadenti a un vino di chiaro fascino per il pubblico delle donne.

Al fianco di Susanna, il fratello artistico **Mauro Neri**, designer dell'intero progetto (titolare dell'agenzia creativa **Zen Arte** di Varese) e l'artisticamente amato **Giò Gatto**, inarrivabile produttore delle più uniche borse di carta italiane (**Giò Gatto 1984 Torino, Italia**).

Nulla sarebbe stato senza il gioiello di carta rosa madreperlato (*Stardream Coral*) della cartiera **Gruppo Cordenons**, la cui Direttrice Marketing, **Katia Tedeschi**, ha da subito creduto fortemente nel progetto.

Le forme e I dettagli di uno shopper vincente

La traccia stilistica che da subito fa la differenza nello shopper è l'illustrazione di una rosa di pizzo che unisce significati e profonde evocazioni emozionali: la rosa rosa, simbolo per antonomasia della delicatezza (da offrire e da ricevere) e dell'intimismo femminile, reinterpretata in chiave pizzo artistico, nero, dinamico che riunisce d'un balzo l'eleganza raffinata e chic con la forza contemporanea ed eterna delle donne.

La prima novità assoluta in una shopping bag da vino è lo sviluppo dato allo stesso packaging: orizzontale anziché il classico verticale, steso, invece, sdraiato, per disegnare immediatamente il senso di una vera e propria borsa che fin dal principio del pensiero creativo è stata ispiratrice. Il disegno del pizzo viene poi esplicitato da maniglie nere esse stesse in pizzo annodate a mano all'interno della shopping bag, quasi a rendere omaggio all'emblema universalmente riconosciuto della seduzione femminile.

LA MONTINA

FRANCIACORTA

La shopper, poi, viene chiusa da due rivetti in velluto nero che conferiscono, in via definitiva, alla shopper di carta un gusto decisamente glam, che quasi fa dimenticare di avere al braccio una borsa di carta, ma conferisce invece la sensazione di indossare una tendenza...

La confezione della paper bag è stata realizzata completamente a mano, rendendo unico ogni singolo pezzo prodotto.

La Montina, che ha così fortemente creduto in tutto l'intero processo di ristilizzazione, può oggi con orgoglio fregiarsi non solo di avere fatto suo un packaging vincitore di un riconoscimento così importante, ma di avere tracciato un trend in maniera così netta.

Completamente **"Made in Italy"**!

La voce dei protagonisti

"Siamo molto orgogliosi e decisamente soddisfatti per il premio che il packaging del nostro Rosé Demi Sec ha ricevuto", ha dichiarato **Michele Bozza**, Marketing Manager de La Montina. "Considerata soprattutto la città in cui la manifestazione si è tenuta: Londra, capitale del design internazionale. Occasioni e progetti così speciali rendono unico ciò che facciamo. Ringrazio Susanna Bonati per avere concepito un'idea così innovativa e apprezzata non solo dal pubblico italiano ma anche da quello internazionale. I nostri distributori e contatti all'estero andavano già pazzi per il nuovo look del Rosé Demi Sec; ora faremo fatica a tenerli!".

"Che dire? Sono emozionata davvero! Ci speravo, certo, ma non me lo aspettavo", esordisce **Susanna Bonati**. "Quello della rivisitazione della veste del Rosé Demi Sec de La Montina è un progetto che mi ha impegnata senza sosta da febbraio ad aprile di quest'anno. Breve, intenso, pieno, meraviglioso! Da creativa, avere avuto l'onore di collaborare con una delle realtà più prestigiose della Franciacorta, e di avere concepito la visione di un mood e di un'ispirazione così innovativi per la veste di un vino di alta gamma è una grandissima soddisfazione. E lavorare con una squadra come quella con cui ho condiviso questo sogno-diventato-realtà è un motivo di vanto".

CREDITS:

Client: La Montina | www.lamontina.it

Art Direction: Susanna Bonati | www.susannabonati.it

Designer: Mauro Neri, Zen Arte | www.zen-arte.it

Shopping bag: Giò Gatto 1984 Torino, *italia* | www.giogatto.com

Paper: Gruppo Cordenons | www.gruppocordenons.com

La Montina nasce in Franciacorta il 28 aprile 1987 per volere di tre dei sette fratelli Bozza: Vittorio, Gian Carlo e Alberto. L'area vitata de La Montina si sviluppa su di una superficie di circa 72 ettari, dislocati in 7 Comuni della Franciacorta, consentendo alla casa vinicola di **vantare una produzione di 400.000 bottiglie annue. La produzione di La Montina Rosé nella versione Demi Sec, copre attualmente il 90%** (circa) di tutta la produzione della Franciacorta, essendo stata La Montina fra le prime cantine a credere nella produzione di un vino rosé a base pinot nero in versione Demi Sec particolarmente amabile che lo rende adatto ad aperitivi, e indicato a fine pasto.

www.lamontina.it

Susanna Bonati è una creativa della comunicazione e una precorritrice di tendenze e gusti; nonché un'ottima *story teller*. Direttore e inventrice della rivista italiana **"Comunicando"**, da anni presta il proprio innato istinto ad aziende che necessitano di nuovi modi di raccontarsi. Il progetto che le è piaciuto di più? **"Gliela incarto?"**, sviluppato in collaborazione con **Ferrari di Maranello** dove coinvolse le più grandi agenzie di pubblicità italiane per sfidarle in un challenge impossibile: impacchettare una **Ferrari Scaglietti**. Scrittrice e giornalista ama definirsi **creativa**; come la sua anima.

www.susannabonati.it

La Montina srl | via baiana, 17 | 25040 | monticelli brusati | (bs) | tel. +39.030 653278 | www.lamontina.it



Mauro Neri è titolare dell'agenzia "ZEN arte" di Varese, ed opera nel settore della **pubblicità e della comunicazione** da più di 20 anni. Lo contraddistingue un **grande gusto estetico** ed una spiccata propensione per progetti ad alto contenuto creativo; nonché un'ottima conoscenza tecnica che lo agevola nei flussi produttivi. **Illustratore** dalla mano e dai tratti invidiabili, collabora e ha collaborato con importanti realtà italiane.

www.zen-arte.it

Giò Gatto è uno spericolato sperimentatore di proposte di confezionamento Luxury, Gio'Gatto è artista e imprenditore. Titolare dell'azienda Giò Gatto 1984 Torino, *italia*, viene chiamato da brand e industrie internazionali a firmare paper bag e packaging d'Autore.

www.giogatto.com

Gruppo Cordenons, sotto la guida di **Ferruccio Gilberti**, è un'importante azienda italiana **produttrice di carte fini e tecniche** che offre al mercato internazionale oltre 2.500 prodotti speciali per target e applicazioni. Attraverso una produzione sempre più flessibile, Gruppo Cordenons ha sviluppato un portafoglio prodotti molto ampio che include carte classiche marcate, vergate e goffrate, carte più moderne metallizzate e iridescenti, e infine carte innovative con effetti particolari che richiamano le sensazioni tattili e visive della plastica o dei tessuti alla moda.

www.gruppocordenons.com

Per informazioni:

Susanna Bonati

email: susanna.bonati@sunnycom.it

telefono: 339.42.62.006

www.lamontina.it