

PAC



IL

KAGING

VITIVINICOLO

PER LA
VALORIZZAZIONE
DEL TERRITORIO

IL SITO UNESCO
DI LANGHE-ROERO
E MONFERRATO



4 ABSTRACT

6 I PARTNER DI PROGETTO

10 IL SITO UNESCO
I PAESAGGI VITIVINICOLI DEL PIEMONTE: LANGHE-ROERO E MONFERRATO
a cura di **SiTI** e **Associazione**


12 IL SITO UNESCO
LE AREE COMPONENTI
a cura di **SiTI** e **Associazione**

20 CASI-STUDIO UNESCO DI PROMOZIONE DEI PAESAGGI VITIVINICOLI
L'UTILIZZO DEL PACKAGING CELLULOSICO
a cura di **SiTI**

36 IMBALLAGGI PER IL VINO E COMUNICAZIONE
IL SITO UNESCO DI LANGHE-ROERO E MONFERRATO
a cura di **E.R.I.C.A.**

46 PACKAGING IN CARTA E CARTONE PER UN VINO PIÙ SOSTENIBILE
a cura di **COMIECO**

58 VERSO UN'IDENTITÀ DEL TERRITORIO
LINEE GUIDA PER UN PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ E VALORIZZAZIONE
a cura di **E.R.I.C.A.**

A photograph of two men working in a vineyard. The man in the foreground is wearing a colorful patterned shirt and is bent over, reaching into a red plastic basket. The man behind him is wearing a grey jacket and a white bucket hat. The vineyard is lush with green leaves, and the background shows a sandy or rocky slope. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the center of the image.

GENEROSA BARBERA,
BEVENDOLA CI PARE
DI ESSERE SOLI IN MARE,
SFIDANDO LA BUFERA.

(GIOSUÈ CARDUCCI)





PACKAGING

ABSTRACT

Il packaging cellulosico riveste un ruolo sempre più centrale nel settore del vino. È infatti in grado di rispondere a molteplici esigenze: garantire un risparmio di risorse - in fase di produzione, di riciclo e anche di riutilizzo - e mantenere praticità, protezione del prodotto e sicurezza, presupposti fondamentali per un imballaggio di qualità in fase di movimentazione e trasporto.

La vera sfida qui proposta - per un territorio come l'Italia con numerosi primati legati alla filiera vitivinicola, ma al contempo ancora molto legato all'immagine tradizionale del confezionamento del vino - è coniugare i concetti di sostenibilità e promozione, comunicando l'eccellenza del prodotto e dell'imballaggio insieme.

Il 50° sito UNESCO italiano e primo paesaggio culturale vitivinicolo italiano è il territorio per-

fetto da cui muovere i primi passi verso nuove modalità di gestione del packaging enologico. Abbiamo coinvolto i Consorzi di Tutela e le cantine del territorio di Langhe-Roero e Monferrato - dove si producono Barbera, Barolo, Barbaresco, Asti, Moscato ecc. - per conoscere nel dettaglio costumi e pratiche di imbottigliamento e confezionamento, ma anche potenzialità comunicative e percorsi di sostenibilità.

Abbiamo studiato come il territorio viene comunicato e valorizzato sulle etichette e sul packaging di altri territori Unesco e non solo. L'amalgama di queste risultanze ci ha portati a provare a redigere le Linee Guida di questo mondo e a immaginare alcune proposte di comunicazione, logo e messaggio, sempre con l'obiettivo di restituire un territorio unico e il suo percorso di sostenibilità e riconoscibilità.

PARTNER

DEL PROGETTO



È il Consorzio Nazionale per il Recupero e il Riciclo degli Imballaggi Cellulosici che da 30 anni garantisce il recupero e l'avvio a riciclo degli imballaggi a base cellulosica, prestando particolare attenzione ai benefici economici, sociali e ambientali, e orientando la propria attività di ricerca sulla prevenzione, progettazione, produzione e riciclabilità degli imballaggi.

La filiera della produzione del vino si sta spostando sempre più verso la sostenibilità; per questo Comieco sostiene il progetto, perché l'imballaggio in carta e cartone da una parte garantisce l'integrità della bottiglia e la qualità del vino, dall'altra consente l'ottimizzazione del trasporto e la comunicazione sulle caratteristiche ambientali del vino e del territorio dal quale proviene.

comieco.org



È nata nel 1996 e si occupa di gestione dei rifiuti, sostenibilità ambientale, prevenzione dei rischi, ciclo delle acque, energia, agricoltura biologica. I tecnici di E.R.I.C.A. lavorano in modo multidisciplinare su progettazioni tecniche, consulenze giuridiche, interventi sul territorio, campagne di comunicazione, progetti di educazione e formazione e percorsi di sostenibilità per aziende e strutture. Lavorare su questo progetto è stata ed è per noi di E.R.I.C.A. una spinta ulteriore per continuare a incidere sul cammino di sostenibilità, locale e globale, che contraddistingue l'operato della cooperativa; vederlo concretizzarsi nella nostra terra è uno stimolo aggiuntivo.

cooperica.it



ASSOCIAZIONE PER IL PATRIMONIO
DEI PAESAGGI VITIVINICOLI
DI LANGHE - ROERO E MONFERRATO

L'Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, costituita nel Gennaio 2011 dai soci fondatori Regione Piemonte, Provincia di Alessandria, Provincia di Asti e Provincia di Cuneo, ha lo scopo di coordinare tutte le attività di governance, dalla promozione della candidatura alla pianificazione integrata dei progetti che riguardano il sito. I suoi obiettivi primari riguardano l'approfondimento della conoscenza del patrimonio culturale e paesaggistico che caratterizza il sito, la sua valorizzazione, promozione e sensibilizzazione, insieme alla ricerca di uno sviluppo socio-economico integrato dei territori.

Per l'Associazione questo progetto rappresenta la volontà di creare un percorso sostenibile e innovativo, che possa stimolare le aziende del territorio al rispetto dell'utilizzo del suolo, vo di essere progetto pilota nel mondo dei siti seriali Unesco culturali e ambientali.

paesaggivitivinicoli.it




Istituto Superiore sui
Sistemi Territoriali per l'Innovazione

Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione è un'associazione, costituita tra Politecnico di Torino e Compagnia di San Paolo, che opera come integratore di competenze, nell'intento di offrire risposte praticabili ai problemi complessi del territorio. Le attività svolte per le diverse candidature UNESCO e la collaborazione con il MIBAC per il monitoraggio di tutti i siti italiani hanno conferito a SiTI un ruolo rilevante in questo ambito.

Con questo progetto SiTI continua a lavorare su questo territorio eccezionale e sviluppa ora la tematica del paesaggio in un'accezione più ampia: da quella più classica di struttura storica del territorio, a quella di paesaggio "vivente", dove sono proprio le attività socio-economiche dell'uomo a permetterne il mantenimento.

siti.polito.it



A scenic landscape of rolling hills with vineyards and a town, with a quote by Pablo Neruda overlaid in a white box. The background shows a valley with a town, vineyards, and mountains in the distance under a clear sky.

... VITA,
SEI COME UNA VIGNA,
TESAURIZZI LA LUCE,
E LA DISTRIBUISCI
TRASFORMATA IN GRAPPOLI.
(PABLO NERUDA)

IL SITO UNESCO

Il Sito “I paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato” è iscritto nella Lista del Patrimonio Mondiale dell’Umanità come paesaggio culturale, definito dall’UNESCO come risultato dell’azione combinata dell’uomo e della natura.

Il valore dei territori di Langhe-Roero e Monferrato non risiede solo nel forte e indiscusso ruolo sociale ed economico della produzione viticola attuale, ma anche e soprattutto nell’assetto dello straordinario paesaggio di quest’area, che si è modellato attraverso i secoli proprio sulla “cultura del vino”, su quel patrimonio di conoscenze, saperi, sentire, legati alla vendemmia, alla produzione e al consumo quotidiano del vino.

I PAESAGGI VITIVINICOLI
DEL PIEMONTE:
LANGHE-ROERO
E MONFERRATO

La millenaria tradizione del vino si riflette nella struttura del paesaggio e nei luoghi della filiera vitivinicola: i vigneti suddivisi in piccoli appezzamenti derivanti dalla parcellizzazione fondiaria medioevale, le aziende vitivinicole di storica fondazione legate alle dinastie nobiliari o a imprenditori illuminati, le architetture vernacolari sorte spontaneamente per soddisfare le esigenze del ciclo produttivo, i poli urbani commerciali, già nodi mercantili nel tardo medioevo, che oggi rappresentano le capitali dell'esportazione dei vini di eccellenza. Il sito è di tipo seriale ed è costituito da sei componenti. Quattro componenti

sono state selezionate per il peculiare legame tra vitigno, terroir e tecnica di vinificazione e si riferiscono alle produzioni enologiche di riconosciuta qualità in ambito internazionale, "La Langa del Barolo", "Le colline del Barbaresco", "Nizza Monferrato e il Barbera" e "Canelli e l'Asti spumante". Due componenti sono state selezionate in quanto rappresentano luoghi del vino di particolare valore: "Il Monferrato degli infernot", caratterizzata dalla presenza di una singolare tipologia di architettura vernacolare, gli infernot, e "Il castello di Grinzane Cavour", testimonianza della storia della viticoltura piemontese.



IL SITO LE AREE UNESCO COMPONENTI

.01 LA LANGA DEL BAROLO

L'area comprende i territori storicamente favorevoli alla coltivazione del vitigno Nebbiolo, da cui si produce il vino rosso a lungo invecchiamento denominato Barolo, uno dei prodotti enologici piemontesi dal consolidato prestigio internazionale. Nell'area sono presenti numerosi luoghi del vino relativi all'intera filiera produttiva del Barolo, tra cui spiccano aziende vitivinicole di storica fondazione che hanno contribuito alla nascita e sviluppo di questo vino. I borghi medievali quali Barolo, Castiglione Falletto e Serralunga d'Alba si caratterizzano per l'imponente presenza di castelli in ottimo stato di conservazione, attorno ai quali si sono modellati i centri urbani, che rappresentano importanti riferimenti visivi e identitari.



LE AREE UNESCO COMPONENTI

IL SITO

.02 IL CASTELLO DI GRINZANE CAVOUR

Il castello fu dimora di Camillo Benso Conte di Cavour nella prima metà del XIX secolo. In questi luoghi egli curò le prime sperimentazioni votate al miglioramento delle tecniche di produzione dei vini rossi piemontesi.

Attualmente, il castello e la sua collina rappresentano un polo d'eccezione per la conoscenza e la valorizzazione della cultura vitivinicola dell'intero comprensorio di Langhe-Roero e Monferrato. Il castello ospita infatti la prima Enoteca Regionale del Piemonte e uno dei più completi musei etnografici di tradizione vitivinicola della regione. Il vigneto ai piedi del castello costituisce un importante centro di ricerca e sperimentazione sul patrimonio viticolo piemontese e presenta una delle collezioni di vitigni più ampie a livello europeo.



IL SITO LE AREE UNESCO COMPONENTI

.03 LE COLLINE DEL BARBARESCO

Comprende vigneti prevalentemente coltivati a Nebbiolo, da cui si produce il vino rosso a lungo invecchiamento denominato Barbaresco, che rientra a pieno titolo nel palinsesto dei grandi vini italiani riconosciuti a livello internazionale. La zona include i borghi di Barbaresco e Neive, in cui si sono svolte le principali vicende storiche che hanno portato alla nascita del vino omonimo, nonché le più importanti aziende legate alle prime sperimentazioni dedicate alla vinificazione del vino Barbaresco, oltre a numerosi altri luoghi del vino in grado di rappresentarne l'attuale filiera produttiva. Una particolarità dell'area è infine l'imponente torre medievale di Barbaresco, a strapiombo sul Tanaro, uno dei più rilevanti riferimenti visivi del comprensorio.



LE AREE UNESCO COMPONENTI

IL SITO

.04 NIZZA MONFERRATO E IL BARBERA

La zona è stata selezionata all'interno del territorio della DOCG Barbera d'Asti, e nello specifico all'interno della sottozona "Nizza", prima area di diffusione e coltivazione del vitigno Barbera. Qui si produce l'omonimo vino rosso, il vino piemontese più esportato all'estero. La filiera produttiva del Barbera, tradizionalmente legata al sistema della cooperazione, annovera numerosi luoghi del vino che hanno contribuito al perfezionamento delle tecniche di vinificazione di questo prodotto. L'area racchiude anche importanti testimonianze della cultura del vino, tra cui il Museo Bersano, che ospita un'amplissima collezione di testimonianze del "saper fare" contadino. La città di Nizza Monferrato, identificata come la "capitale" del Barbera, è un eccezionale esempio di villanova medievale.



IL SITO LE AREE UNESCO COMPONENTI

.05 CANELLI E L'ASTI SPUMANTE

Selezionata all'interno del territorio della DOCG Asti, sottozona "Canelli", è un'area prevalentemente coltivata a Moscato Bianco. Da questo vitigno si produce il vino spumante aromatico Asti, il vino bianco italiano più esportato all'estero, vinificato grazie a una specifica tecnica inventata e perfezionata dall'enologo piemontese Federico Martinotti alla fine del XIX secolo. Nella componente è inclusa una parte significativa del centro urbano di Canelli, città in cui dalla seconda metà dell'Ottocento si è avviata la tradizione spumantiera piemontese (e italiana). Significative testimonianze architettoniche sono le "cattedrali sotterranee", spettacolari ambienti voltati delle industrie spumantiere, e i crutin del borgo medievale di Calosso, una particolare tipologia di architettura vernacolare utilizzata per la conservazione domestica delle bottiglie.




LE AREE UNESCO COMPONENTI

IL SITO

.06 IL MONFERRATO DEGLI INFERNOT

L'area è caratterizzata dalla diffusione di una singolare tipologia di manufatto architettonico, l'Infernòt. Gli Infernot sono scavati in una peculiare formazione geologica presente solo nel Basso Monferrato, la cosiddetta Pietra da Cantoni, e sono utilizzati per la conservazione domestica delle bottiglie. Gli Infernot rappresentano vere e proprie opere d'arte legate al "saper fare" popolare. L'area selezionata comprende le principali cave da cui si estraeva il materiale lapideo che caratterizza anche l'architettura dei pregevoli borghi d'altura. In stretta connessione sono i territori vitati, storicamente legati alla coltivazione del vitigno Barbera – qui vinificato principalmente come Barbera del Monferrato DOCG – e di altri vitigni minori comunque caratterizzanti il patrimonio di uve piemontesi.





L'AMORE INESPRESSO
È COME IL VINO
TENUTO NELLA BOTTIGLIA:
NON PLACA LA SETE.
(GEORGE HERBERT)



CASI STUDIO

UNESCO

DI PROMOZIONE
DEI PAESAGGI
VITIVINICOLI

Al fine di diffondere e promuovere il dialogo sostenibilità / promozione, portando a conoscenza di tutti gli attori del comparto vitivinicolo le best practices italiane e internazionali che coniugano innovazione e sostenibilità, presentiamo i casi più interessanti e virtuosi di packaging cellulosico a uso enologico, in particolare legati alla promozione territoriale nei siti UNESCO, ma non solo.

Muovendosi in parallelo alle recenti indicazioni della Commissione Europea ("Per un'economia circolare verso rifiuti zero"- luglio 2014), le best practices esistenti possono configurarsi come il punto di partenza su cui tarare futuri progetti di sostenibilità, non solo del sito UNESCO di Langhe-Roero e Monferrato, ma anche di altri territori e realtà connesse al settore vitivinicolo.



L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO



Abbiamo voluto porre l'accento sui casi più efficaci sia in termini comunicativi, per veste grafica e per informazioni su territorio e produzione, sia in termini di basso impatto ambientale, per riduzione dell'imballaggio e facilitazione della logistica, con conseguente risparmio economico. Le schede di ogni best practice sono state organizzate a partire dagli elementi relativi alla singola bottiglia (etichetta, incartamento ecc.), per poi elencare le diverse tipologie di scatole sempre in ordine della quantità contenuta. In ultima analisi si sono riportate altre tipologie di packaging primario diverse dal vetro, poco utilizzate sul territorio di riferimento per queste Linee Guida, ma che forniscono certamente spunti e indicazioni per eventuali sviluppi futuri.



CASI
STUDIO
UNESCO
ETICHETTA



Brand: Marquese de Riscal - Finca

Tipologia: ETICHETTA

Paese: Gran Bretagna

Design: Design Bridge Ltd

Premi e Riconoscimenti:

Silver Pentaward 2010

Etichetta con richiami
alla mappa catastale
dei terreni di
produzione del vino.
La carta tecnica diventa
elemento grafico che
contraddistingue il prodotto.

L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO



Brand: 13 Appellations

Tipologia: ETICHETTA

Paese: USA

Design: Wei Sun

Etichetta pensata per comunicare il territorio di provenienza dell'uva che compone il vino (un collettivo di 12 aziende nella Napa Valley), una soluzione semplice e fortemente espressiva.

Brand: Churchil Wines

Tipologia: ETICHETTA e SCATOLA

Paese: Portogallo

Design: Interbrand

Denominazione UNESCO:

Alto Douro Wine Region

La confezione e l'etichetta riportano delle fotografie aeree in bianco e nero delle colline della valle del Douro, che diventano simbolo grafico e distintivo del prodotto.



CASI STUDIO UNESCO INCARTAMENTO



Incartamento che riporta la mappa dello storico castello e dei suoi possedimenti, tra cui le vigne che producono l'uva di questo vino.

Brand: Wasdeddon Wine - Rothchild Collection

Tipologia: INCARTAMENTO

Paese : Gran Bretagna

Design: Paul Belford

L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO





Brand: Taste of Paris
Tipologia: INCARTAMENTO
Paese: Francia
Design: antares-graphic

Incartamento sviluppato elaborando una mappa dei luoghi di interesse storico e turistico da visitare nella città/territorio di provenienza del vino.



CASI
STUDIO
UNESCO
BAG IN BOX-BRIK



Brand: My World
Tipologia: BAG IN BOX
Paese: Norvegia
Design: Olsson Barbieri
Premi e Riconoscimenti:
Bronze Pentaward 2010

Mappe colorate ad acquerelli accompagnate da una serie di illustrazioni e didascalie che mettono in risalto le peculiarità del paese di provenienza del prodotto contenuto.

L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO



Brand: Enigma del Inca
Tipologia: BAG IN BOX
Paese: Cile

Il design del box è pensato come riferimento esplicito alle piramidi Inca, completato dalla grafica liberamente ispirata.



Brand: Vinipop
Tipologia: BAG IN BOX e BRICK
Paese: Italia

Raffigurazioni dei beni culturali della Sicilia rivisitati in versione pop (nell'esempio il dipinto di Antonello da Messina "Annunciata di Palermo"). Il QR-code permette di collegarsi a contenuti interattivi relativi al progetto.



Brand: Winemarker's Selection - Alberto Fenocchio
Tipologia: BAG IN BOX
Paese: Italia
Design: Olsson Barboero As.
Premi e Riconoscimenti: Gold Pentaward 2013

Il produttore del vino racconta la storia di un piatto di ceramica in suo possesso, la cui immagine diventa identità del prodotto e ne comunica le origini e i valori.

CASI
STUDIO
UNESCO
SCATOLE PER LA
SPEDIZIONE

Un packaging per il trasporto di bottiglie di vino (12) che garantisce la solidità della confezione e la salvaguardia delle bottiglie senza l'aggiunta di ulteriori materiali protettivi.

Brand: Terrien

Tipologia: SCATOLA PER SPEDIZIONE

Paese: USA

Design: Unisource Engineered Solutions

Premi e Riconoscimenti:

GOLD nella categoria Innovazione;

Forma e Creatività World Wine Packaging

Competition 2012

L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO





Brand: Vins d'Alsace
Tipologia: SCATOLA PER SPEDIZIONE
Paese: Francia
Design: Smurfit Kappa Colmar

Imballaggio che presenta sul lato corto le informazioni del contenuto e sul lato lungo o fronte riferimenti grafici del territorio di provenienza del vino.



Tipologia: SCATOLA PER SPEDIZIONE
Paese: Gran Bretagna
Design: DS Smith Packaging
Premi e Riconoscimenti:
Vincitore nella Quality Category, nell'ambito del premio Best in Show, UK Packaging Awards 2012

Imballaggio pensato per coniugare l'estetica, l'attenzione all'ecologia e la semplicità di montaggio e trasporto.



Tipologia: SCATOLA PER SPEDIZIONE
Paese: USA
Autore Design: Veritiv
Premi e Riconoscimenti:
Vincitore GOLD nella categoria "Branded Package" nell'ambito del premio canadese PAC Sustainable Packaging Competition 2013

Scatola per il vino che contiene 12 bottiglie, elimina la necessità di reimballaggio e consente una diretta spedizione al cliente.



CASI STUDIO UNESCO SCATOLE PER LA VENDITA



Brand: Greenyard Winery
Tipologia: SCATOLA PER SPEDIZIONE E VENDITA
Paese: USA
Autore Design: Luis Espinoza

Scatola in cartone riciclato, dalla forma particolare pensata per un assemblaggio per la spedizione (ed esposizione) "salva-spazio e creativo".

L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO





Brand: Charles Heidsieck - champagne

Tipologia: SCATOLA PER LA VENDITA

Paese: Francia

Design: Sismo Design

Pack realizzato con un cartone particolare con texture finale che ricorda il gesso.

Il design in 3D ricorda nelle forme le cave caratteristiche della zona di produzione dello champagne confezionato.



Brand: Red

Tipologia: SCATOLA PER LA VENDITA

Paese: Sud Africa

Design: Warren Willmott

Scatola in cartone per 3 bottiglie, pensata per agevolare il trasporto a mano e allo stesso tempo esporre le bottiglie in maniera accattivante e inusuale.

CASI
STUDIO
UNESCO
SCATOLE PER LA
VENDITA



Tipologia: SCATOLA PER LA VENDITA

Paese: Francia

Autore Design: Smurfit Kappa Colmar

Dalle linee essenziali ed eleganti, questo esempio di packaging prevede uno scomparto sul retro della confezione che inquadra una mappa delle zone di produzione del vino e un'etichetta laterale con le informazioni sul produttore.

L'UTILIZZO DEL
PACKAGING
CELLULOSICO



Brand: Les Cordeliers

Tipologia: SCATOLA PER LA VENDITA

Paese: Francia

La cantina promuove il proprio territorio incorporando a più livelli nel packaging un simbolo dei beni culturali della zona (il chiostro des Cordeliers): mostrandone una fotografia, utilizzandolo come segno grafico nel design e assumendolo come logo dell'azienda.




Tipologia: SCATOLA PER LA VENDITA

Paese: Francia

Design: Smurfit Kappa Colmar

Imballaggio per il trasporto di due o più bottiglie.

Grafica con chiari richiami alle abitazioni tipiche della zona. Disponibile in varie versioni (stagioni, edifici, personaggi), è un connubio tra aspetto ludico e divulgativo.

A photograph of several wooden wine barrels in a cellar. The barrels are arranged in a row, and the lighting is warm and focused on them. A white frame is overlaid on the image, containing a quote in Italian. The quote is: "CHI BEVE SOLO ACQUA HA UN SEGRETO DA NASCONDERE. (CHARLES BAUDELAIRE)".

CHI BEVE SOLO ACQUA
HA UN SEGRETO
DA NASCONDERE.
(CHARLES BAUDELAIRE)



IMBALLAGGI PER IL VINO E COMUNICAZIONE

...e nel territorio di Langhe-Roero e Monferrato che imballaggi si usano per il vino?

Solo vetro o anche brik e bag-in-box?

Il packaging per trasporto e vendita è tutto in cartone o si usano anche legno e altri materiali?

E poi: c'è spazio per la comunicazione e l'immagine?

Per rispondere a queste e altre domande è stata svolta un'indagine conoscitiva, con questionario on-line, rivolta ai produttori vitivinicoli del territorio Unesco e aree limitrofe. I quesiti hanno esaminato i due vini di punta di ogni cantina (in totale sono stati censiti 98 vini), relativamente al tipo di imballaggio utilizzato (primario e secondario), alla comunicazione e alle destinazioni del prodotto nell'ambito del mercato nazionale. La parte finale del questionario ha inteso conoscere la percezione dei produttori sulla disponibilità e fattibilità a ospitare sui propri prodotti una comunicazione tesa a valorizzare il territorio.

IL SITO UNESCO
DI LANGHE-ROERO
E MONFERRATO



Per questa indagine ci hanno aiutato i Consorzi di Tutela e tanti altri soggetti rappresentativi del mondo vitivinicolo del territorio UNESCO e aree limitrofe, che ringraziamo, ossia:

- Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani
- Consorzio dell'Asti DOCG
- Consorzio Barbera d'Asti e vini del Monferrato
- Consorzio Tutela Roero
- Consorzio Tutela Alta Langa metodo classico
- Consorzio di Tutela vini d'Acqui / Brachetto d'Acqui
- Consorzio Tutela vini Colli Tortonesi
- Consorzi o di Tutela dell'Ovada
- Enoteca Regionale del Roero
- Enoteca regionale di Grinzane Cavour
- Bottega del vino di Dogliani
- Cantieri cooperative Viticoltori Associati di Vinchio, Verglie Sero

IMBALLAGGI PER IL VINO E COMUNICAZIONE

VINI OGGETTO DELL'INDAGINE

ALBUGNANO ALTA LANGA ASTI BARBARESCO BARBERA
D'ALBA BARBERA D'ALBA SUPERIORE BARBERA D'ASTI BARBERA
D'ASTI SUPERIORE BARBERA DEL MONFERRATO BARBERA DEL
MONFERRATO SUPERIORE BAROLO BRACHETTO D'ACQUI
SPUMANTE COLLI TORTONESI TIMORASSO DIANO D'ALBA
DOGLIANI DOGLIANI SUPERIORE DOLCETTO D'ALBA
DOLCETTO DI OVADA LANGHE ARNEIS LANGHE DOLCETTO
LANGHE ROSSO LANGHE NEBBIOLO MALVASIA DI
CASORZO D'ASTI MONFERRATO BIANCO MOSCATO D'ASTI
NEBBIOLO D'ALBA PIEMONTE CHARDONNAY PIEMONTE
SAUVIGNON ROERO ROERO ARNEIS

IL SITO UNESCO
DI LANGHE-ROERO
E MONFERRATO

Quali produttori ci hanno risposto?

Dalle 1000 bottiglie di Barolo all'anno di una piccola azienda agricola di Monforte d'Alba, fino al colosso internazionale dell'Asti Spumante da 18 milioni di litri annui (quello che non c'è party senza di lui, per intenderci), passando per il mare magnum dei produttori di media grandezza, nella nostra indagine c'è tutto il mondo della produzione vitivinicola del comprensorio.

99%

VETRO



CHE
CONTENITORE
UTILIZZI
PRIORITARIAMENTE
(O ESCLUSIVAMENTE)
PER QUESTO
VINO?

1%

BAG-IN-BOX

Imballaggio primario - vetro e solo vetro

Il vetro è il grande e assoluto protagonista. Per esigenze logistiche e normative, ma soprattutto conservative, il vino qui va in bottiglia. La stragrande maggioranza delle etichette presenti sulle bottiglie riportano informazioni che identificano il territorio, ma si tratta perlopiù della semplice indicazione del luogo di produzione. Indirizzo web del produttore e QR Code sono gli elementi che emergono tra gli altri, mentre molto poco presenti sono invece mappe e altri riferimenti grafici (immagini, foto) che rimandino o descrivano la zona di appartenenza.

IMBALLAGGI PER IL VINO E COMUNICAZIONE

Imballaggio secondario: dov'è la comunicazione?

Le scatole di cartone e cartoncino sono la scelta quasi esclusiva e numericamente preponderante, cui si affianca il legno per i vini di pregio e le confezioni speciali. Le scatole maggiormente utilizzate sono quelle da 6 bottiglie, ma anche quelle da 12 hanno largo uso. Anche le scatole da 4, 3, 2 e 1 unità sono utilizzate, anche se in quantità decisamente inferiori. All'interno, nella quasi totalità dei casi, ci sono divisori in cartone a separare le bottiglie tra loro.

Queste scelte sono dovute a esigenze di carattere prettamente logistico-economico, legate al trasporto. Nella pressoché totalità dei casi sulla scatola è presente il marchio della Cantina, con indirizzo, contatti e luogo di produzione. Rarissimi i casi di altri riferimenti grafici, come già visto per le etichette sulle bottiglie.

IL SITO UNESCO
DI LANGHE-ROERO
E MONFERRATO



SULL'ETICHETTA
SONO PRESENTI INFORMAZIONI CHE
IDENTIFICANO IL TERRITORIO
DI PRODUZIONE?

SULLA
SCATOLA
SONO PRESENTI
INFORMAZIONI CHE
IDENTIFICANO IL
TERRITORIO
DI PRODUZIONE?

78% SI



16% NO

84% SI

Comunicazione e territorio - consapevolezza e... strada da fare!

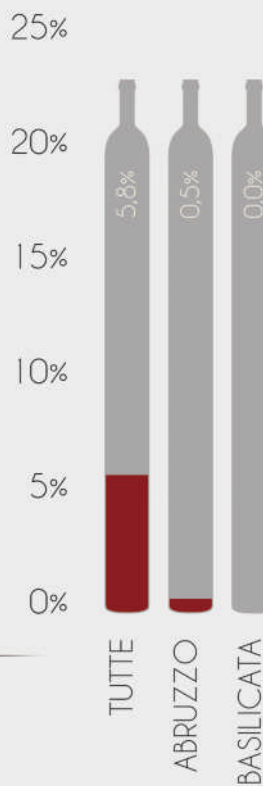
C'è grande consapevolezza tra i produttori vitivinicoli sul fatto che l'imballaggio e la confezione (l'etichetta, il cartone ecc.) siano un utile strumento di promozione del proprio prodotto, il quale può trarre vantaggio ed essere valorizzato da un progetto che identifica i paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato e li valorizza. In tal senso è molto alta la disponibilità a ospitare sulle confezioni una comunicazione mirata che voglia raggiungere questi obiettivi, pur precisando la centralità di un messaggio che sia corretto e calato su quello che è veramente il mondo vitivinicolo locale.

22% NO

IMBALLAGGI PER IL VINO E COMUNICAZIONE

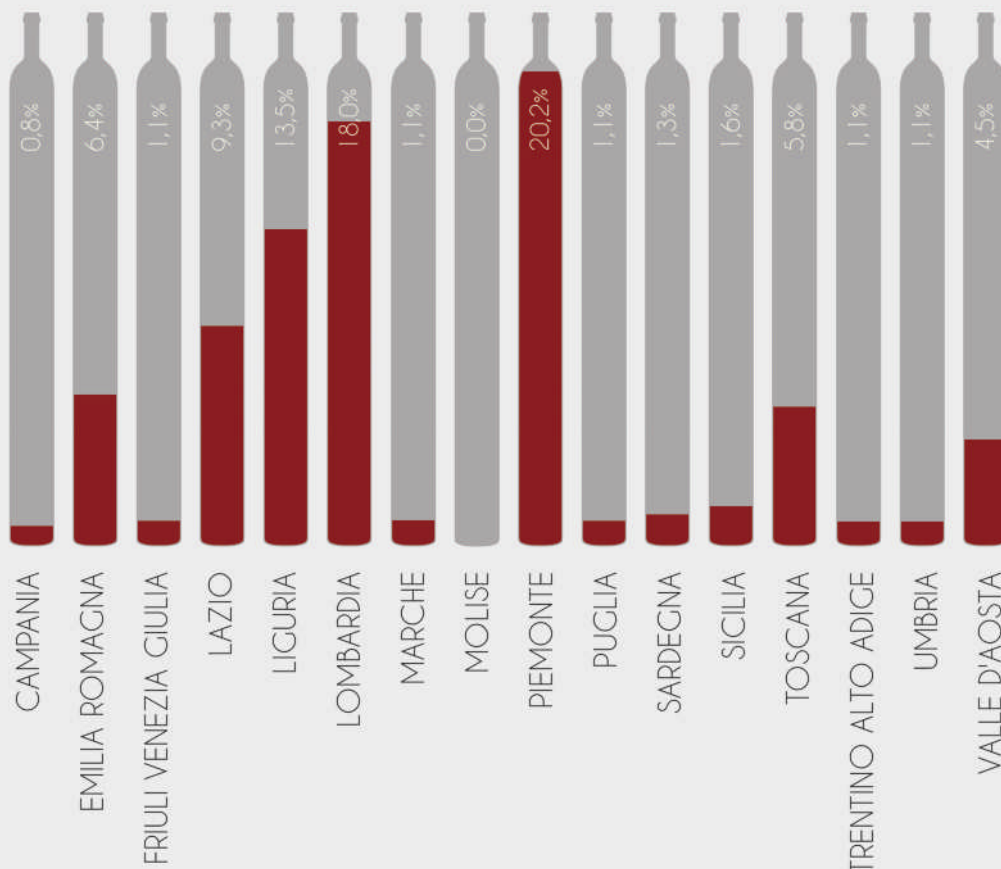
Destinazioni di mercato - L'Italia


L'esportazione è una voce importante del mercato vitivinicolo del comprensorio, per alcuni produttori la maggioritaria. Restando nei confini di casa nostra, le enoteche, i privati e il mondo Horeca (hotel, ristoranti, catering) sono i principali destini del vino del nostro territorio Unesco. La mappa italiana della vendita di questi prodotti vede Piemonte e Lombardia ai primi posti, seguite dalla Liguria, poi dal Lazio e quindi da Veneto, Emilia Romagna, Toscana e Valle d'Aosta. Alcuni grandi produttori esportano in tutte le regioni e sono presenti anche nella distribuzione organizzata.



IL SITO UNESCO
DI LANGHE-ROERO
E MONFERRATO

LE REGIONI ITALIANE IN CUI I PRODUTTORI DA NOI INTERVISTATI COMMERCIALIZZANO I LORO VINI



An aerial photograph of a winter landscape. The foreground and middle ground are dominated by terraced hillsides covered in snow. The terraces are marked with dark, parallel lines, likely from plowing or planting. A small cluster of buildings, including a large multi-story house and several smaller structures, is situated in a valley between the terraces. The background shows rolling hills and mountains under a clear blue sky. A semi-transparent dark rectangular box with a thin yellow border is centered in the upper half of the image, containing white text.

NON CI PUÒ ESSERE
UN BUON MODO DI VIVERE
DOVE NON C'È
UN BUON MODO DI BERE.
(BENJAMIN FRANKLIN)



PACKAGING

IN CARTA E CARTONE

PER UN
VINO PIÙ
SOSTENIBILE

L'Italia è il leader europeo nell'industria del riciclo. Il sistema di gestione dei rifiuti d'imballaggio in Italia (Conai e i 6 consorzi per materiale) ha raggiunto da anni gli obiettivi di riciclo previsti per legge, per merito della raccolta differenziata effettuata dalle imprese e dai cittadini. L'impegno dei consorzi è da sempre rivolto non solo alla raccolta e al riciclo ma anche alla "prevenzione", ovvero alla corretta progettazione e uso dell'imballo.

Dalla culla alla culla - l'impegno della filiera della carta

Le bottiglie di vetro, come pure le scatole di cartone, sono da sempre all'interno dell'Economia Circolare: materiali troppo preziosi per essere buttati ridiventano bottiglie e scatole.

Ma siamo sicuri che si stia usando il giusto imballo per il giusto prodotto?

Se le bottiglie e altri accessori di imballaggio, quali ad esempio tappi ed etichette, sono rigidamente normate all'interno del settore vinicolo, le scatole per il trasporto presentano dei margini per l'ottimizzazione ambientale e per veicolare la sostenibilità del vino e del territorio che l'ha prodotto.

Cosa si intende per ottimizzazione ambientale di un imballo? Ad esempio risparmio di materia, anche tramite la semplificazione del sistema di imballo, maggiore utilizzo di materiale riciclato, facilitazione delle attività di riciclo dopo l'uso. Nelle prossime pagine racconteremo in sintesi il processo che deve essere sviluppato per utilizzare imballaggi più sostenibili. Si rimanda al sito Comieco www.comieco.org per ulteriori approfondimenti (pubblicazioni, progetti con le Università, data base degli imballaggi sostenibili premiati).

PACKAGING

IN CARTA E CARTONE

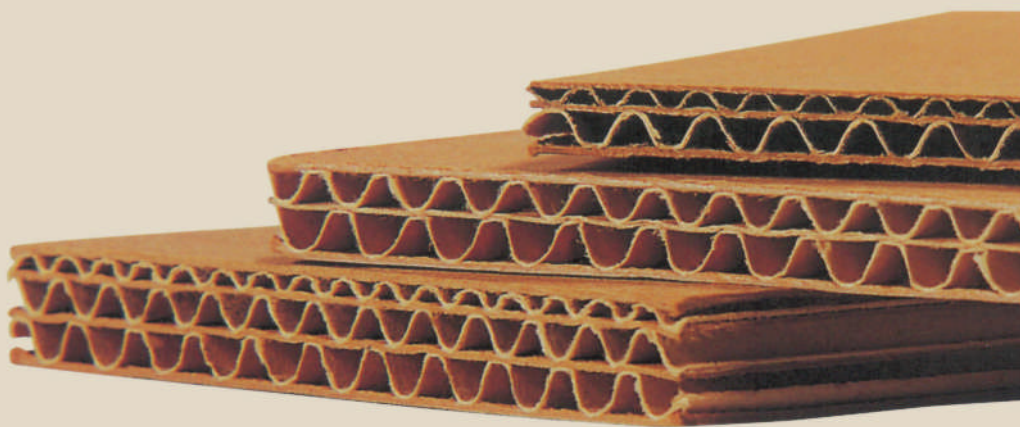
PER UN
VINO PIÙ
SOSTENIBILE

01 L'ANALISI

Contrariamente a quanto in generale si pensi, l'imballaggio cellulosico è sempre un prodotto "su misura" e viene realizzato ad hoc. Il primo passo per ottimizzare l'imballo e risparmiare in fase di trasporto è analizzare quali funzioni deve svolgere e che bisogni deve soddisfare, ad esempio in termini di resistenza in fase di trasporto. Se il vino viene principalmente venduto nell'arco di 100 km e sappiamo come viene caricato e scaricato, perché procurarsi una scatola "pesante" in grado di viaggiare molto distante e in tutte le condizioni più estreme, consumando così più carburante per trasportarla?

Comieco mette a disposizione la "**Checklist per la progettazione ambientale e sociale degli imballaggi in carta e cartone**", basata sull'attività di ricerca delle buone prassi nell'innovazione degli imballaggi in carta, cartoncino e cartone, svolta dall'Università Iuav di Venezia, a cura di Laura Badalucco. La checklist è pensata per essere utilizzata come

COSA FARE PER
OTTIMIZZARE IL PROPRIO
IMBALLAGGIO



percorso di miglioramento ambientale e sociale di un imballaggio e per essere facilmente compilabile (anche digitalmente): si tratta infatti di un file .pdf con campi nei quali è possibile inquadrare l'intervento progettuale, prendere appunti negli spazi liberi, aggiungere nuovi criteri e note. Nella sezione del miglioramento ambientale vengono considerati criteri relativi ai materiali utilizzati, alla forma e struttura del packaging, agli aspetti logistici e distributivi, alla grafica e alla stampa e alla fine vita del prodotto.

Nella sezione sociale i criteri considerati sono l'attenzione all'accessibilità da parte del maggior numero possibile di soggetti al prodotto, senza penalizzare quelli deboli o disabili (utenza allargata), la riduzione delle operazioni faticose e/o pericolose a tutti i livelli (sicurezza e operatività), la formazione e l'informazione.

comieco.org/media/checklistambientalisociali_comieco.pdf

PACKAGING

IN CARTA E CARTONE

PER UN
VINO PIÙ
SOSTENIBILE



COSA FARE PER
OTTIMIZZARE IL PROPRIO
IMBALLAGGIO

02 SINERGIE TRA I DIVERSI ATTORI DELLA FILIERA DI VENDITA

L'analisi permette di evidenziare i bisogni del produttore di vino rispetto all'imballo: la corretta progettazione dovrebbe tenere conto anche delle esigenze degli altri attori interessati, ovvero chi trasporta il vino, chi lo distribuisce, chi lo vende e chiaramente chi lo acquista, perché tutti abbiano un beneficio - economico, ambientale e sociale (i tre pilastri della sostenibilità). Anche per uno stesso prodotto gli imballi potranno essere diversi a seconda dell'utilizzatore finale (che potrebbe preferire ad esempio un bag in box alle bottiglie in vetro) o delle diverse condizioni di acquisto e di utilizzo (ad esempio le confezioni regalo o ricordo). Ricordiamo come lusso e sostenibilità non siano in antitesi, esistono infatti diversi esempi recenti di pack sostenibili per vini e liquori di alta gamma, sia in Italia che all'estero.

Un esempio di sinergia tra gli operatori sono le **“Linee Guida per le buone spedizioni contro lo spreco alimentare: dall'imballo al sistema di trasporto”** sviluppate da Slow Food, in collaborazione con DHL Express e Comieco. Nelle diverse edizioni del Salone del Gusto di Torino, Slow Food ha registrato che cibi e prodotti agroalimentari “preziosi”, provenienti da Paesi lontani, non sempre arrivavano integri a destinazione. Un tavolo comune ha permesso di redigere delle linee guida che Slow Food ha inviato agli espositori esteri perché utilizzino l'imballo in modo opportuno. I risultati sono stati positivi, sia in termini di riduzione di spreco alimentare, sia di soddisfazione da parte dei produttori e dei loro clienti.

comieco.media.mweb.pro/allegati/2014/10/linee-guida-buone-spedizioni-contro-food-waste-dhl-e-comieco.it_139533.pdf



PACKAGING

IN CARTA E CARTONE

PER UN
VINO PIÙ
SOSTENIBILE

03 LO SVILUPPO E LA PRODUZIONE

Dopo aver effettuato l'analisi è possibile richiedere al proprio fornitore di sviluppare un imballo in carta e cartone "sostenibile". In Italia sono presenti circa 3.000 imprese che producono imballi in carta e cartone; si tratta principalmente di piccole e medie imprese, distribuite sul territorio, in grado di rispondere alle esigenze di realizzare un imballo più sostenibile. Nella scelta del fornitore è necessario informarsi sulle scelte ambientali in fase di produzione, come il possesso di certificazioni, il miglioramento del sito produttivo (riciclo acque di processo, riduzione consumi medi di energia, interventi migliorativi nella produzione) oppure le ottimizzazioni nella logistica. Queste caratteristiche di sostenibilità possono essere comunicate lungo la filiera, fino al consumatore finale. Sulla base delle richieste che l'imballo in carta e cartone deve soddisfare, il produttore d'imballaggio proporrà l'utilizzo o meno di fibre riciclate, a volte anche con una certificazione di provenienza delle fibre (FSC o PEFC).

COSA FARE PER
OTTIMIZZARE IL PROPRIO
IMBALLAGGIO

Se l'uso di fibre riciclate non è possibile per tutte le componenti della scatola, la scelta va indirizzata verso le nuove carte più leggere, che a parità di prestazioni utilizzano meno materia prima (ricordiamo che la grammatura media del cartone ondulato è scesa dell'8% negli ultimi 10 anni).

La tipologia di imballo prescelto può aiutare a garantire la corretta conservazione termica del prodotto: anche in questo campo vi sono stati sviluppi tecnologici e progettuali.

Alcune forme possono risultare molto attrattive, ma possono produrre molti scarti in fase di produzione o un maggiore consumo di energia per trattamenti successivi: tecnologie e innovazione consentono ad esempio di ottenere più pieghe e più incastri con un solo foglio di cartone, come pure i software possono progettare l'imballo ottimizzando la logistica e la pallettizzazione, a partire dal modo in cui le bottiglie sono disposte nell'imballo. L'ottimizzazione del carico dei mezzi abbatte i costi di trasporto, la produzione di emissioni nocive per l'uomo e l'ecosistema: il fornitore di imballaggio potrà sicuramente suggerire soluzioni alternative verso una scelta più sostenibile. Meglio ancora se è possibile affidarsi per il trasporto merci a chi adotta criteri di "Logistica Sostenibile", come, ad esempio, società che adottano mezzi elettrici, effettuano investimenti per ridurre il consumo di carburante, compensano le emissioni di CO2 ecc. Gli imballi in carta e cartone sono sicuramente riciclabili, ma alcuni trattamenti superficiali o aggiunte di altri materiali (maniglie, punti metallici ecc.) possono limitare la disponibilità delle fibre in fase di riciclo e produrre scarti in cartiera: occorre verificare in fase di sviluppo del pack che dopo l'uso sia riciclabile e sia facilmente compattabile per essere posto negli appositi contenitori per la raccolta.

Un imballaggio sostenibile è progettato per non avere parti "superflue": ogni parte deve essere funzionale, ma ridotta al minimo; se vuoto deve viaggiare piegato, per occupare poco spazio e deve poi potersi montare in maniera efficace.



PACKAGING

IN CARTA E CARTONE

PER UN
VINO PIÙ
SOSTENIBILE

04 IMBALLAGGIO E COMUNICAZIONE

La sostenibilità va raccontata e diffusa: l'imballo deve lasciare il giusto spazio per la comunicazione. Il nostro vuole essere uno stimolo per rendere il packaging cellulosico un "veicolo" non solo fisico per la movimentazione dei prodotti vitivinicoli, ma anche "comunicativo", spazio ideale per i messaggi che questo progetto vuole diffondere, ovvero qualità, sicurezza, risparmio e dunque promozione di territori d'eccellenza come quello di Langhe-Roero e Monferrato. La comunicazione è in fase di sviluppo e da semplice prodotto cellulosico stampato il pack diventerà sempre più "smart", con nuove opportunità per nuovi consumatori.

COSA FARE PER
OTTIMIZZARE IL PROPRIO
IMBALLAGGIO





MANGIARE
È UN BISOGNO DELLO STOMACO,
BERE
È UN BISOGNO DELL'ANIMA.
(ANONIMO)



VERSO UN' IDENTITÀ DEL TERRITORIO

LINEE GUIDA

Proposte concrete e realizzabili, pensando alla fattibilità: con questa filosofia di fondo abbiamo provato a pensare la comunicazione del paesaggio culturale di Langhe-Roero e Monferrato attraverso il packaging. L'indagine condotta sugli imballaggi enologici del sito UNESCO ci ha fornito il supporto su cui impostare immagini e messaggi. Da qui siamo partiti chiedendoci come coniugare la sostenibilità della confezione e l'eccellenza del contenuto. E così abbiamo preso i segni e le forme del paesaggio collinare, il colore rubino porpora della Barbera, i profumi di fiori di acacia, glicine e arancio dell'Asti Spumante, li abbiamo miscelati... ed ecco alcune idee per rendere l'imballaggio veicolo e portatore di tutti i valori che vogliamo comunicare: proteggere e conservare un prodotto unico, comunicare terra e cultura, emozionare e restituire autenticità.

PER UN PERCORSO
DI SOSTENIBILITÀ E
VALORIZZAZIONE



VERSO UN' IDENTITÀ

DEL TERRITORIO

LINEE GUIDA



Ipotesi 01:

LOGO "VINTAGE BOTTLE"

caratteristiche:

SAGOMA NERA E LETTERING BIANCO.
ESSENZIALE, RETRÒ, GENUINO,
FAMILIARE.

variante:

PERSONALIZZAZIONE CON
DIVERSI COLORI





Ipotesi 02:
LOGO "CULTURA DEL VINO"

caratteristiche:
ROSSO ACQUERELLO: I GRANDI VINI
PIEMONTESI.
SEMPLICITÀ E GRAZIA.
variante:
LETTERING COLORATO



Ipotesi 03:
LOGO "TERRITORIO STRAORDINARIO"

caratteristiche:
CASTELLI MERLATI, VERDI COLLINE E
UVE PORPORA.
SINTETICO, ICONICO.
variante:
VARIAZIONE GRAFICA SUL
MEDESIMO CONCETTO



VERSO UN'
IDENTITÀ
DEL TERRITORIO
LINEE GUIDA

Ipotesi 01:
LOGO "VINTAGE BOTTLE"

Tutto il valore (il messaggio) è contenuto nella sagoma in ombra della sua forma per eccellenza, la bottiglia di vino. Il nero di sfondo contrasta con il bianco del lettering, delineando un logo in bianco e nero essenziale ed evocativo, vagamente retrò (come il cavatappi, "Piemonte"), dall'impatto immediato e dal sapore genuino, familiare.



PER UN PERCORSO
DI SOSTENIBILITÀ E
VALORIZZAZIONE



Tipologia:
SCATOLA PER LA VENDITA

Personalizzazione:
LOGO STAMPA A DUE COLORI
[NERO+BIANCO]



Tipologia:
CARTA DA IMBALLAGGIO

Personalizzazione:
LOGO STAMPA AD UN COLORE



Tipologia:
SCATOLA PER LA SPEDIZIONE

Personalizzazione:
LOGO STAMPA A DUE COLORI
[NERO+BIANCO]

VERSO UN'
IDENTITÀ
DEL TERRITORIO
LINEE GUIDA

Ipotesi 02:
LOGO "CULTURA DEL VINO"

L'occhio cade subito sul rosso, forse il colore simbolo dei grandi vini piemontesi, reso leggiadro dalla tecnica ad acquerello, quasi una macchia evocativa piuttosto che un liquido in un contenitore. Il messaggio è modellato attorno alle linee sinuose di un bicchiere da degustazione e ci racconta dell'"eccezionale valore della cultura del vino" con semplicità e grazia.



PER UN PERCORSO
DI SOSTENIBILITÀ E
VALORIZZAZIONE



Tipologia:
SCATOLA PER LA VENDITA
Personalizzazione:
LOGO STAMPA A QUATTRO COLORI



Tipologia:
CARTA DA IMBALLAGGIO
Personalizzazione:
LOGO STAMPA A QUATTRO COLORI



Tipologia:
SCATOLA PER LA SPEDIZIONE
Personalizzazione:
LOGO STAMPA A QUATTRO COLORI

VERSO UN'
IDENTITÀ
DEL TERRITORIO
LINEE GUIDA



Ipotesi 03:

LOGO "TERRITORIO STRAORDINARIO"

Castelli merlati, verdi colline e vigneti carichi di uve porpora: sono i punti fermi dello scenario del nostro sito UNESCO. Emergono da tre tasselli quadrati che contengono la denominazione delle tre terre di cui si compone, in un racconto sintetico, svolto per icone colorate, che vuole contenere tutto il sapere e il sapore della storia secolare di "un territorio straordinario".

PER UN PERCORSO
DI SOSTENIBILITÀ E
VALORIZZAZIONE



Tipologia:

SCATOLA PER LA VENDITA

Personalizzazione:

LOGO STAMPA A QUATTRO COLORI



Tipologia:

CARTA DA IMBALLAGGIO

Personalizzazione:

LOGO STAMPA A QUATTRO COLORI



Tipologia:

SCATOLA PER LA SPEDIZIONE

Personalizzazione:

LOGO STAMPA A QUATTRO COLORI



GRANDE È LA FORTUNA
DI COLUI CHE POSSIEDE
UNA BUONA BOTTIGLIA,
UN BUON LIBRO,
UN BUON AMICO.
(MOLIÈRE)



Opera realizzata da:
Comieco

In collaborazione con:
E.R.I.C.A. Soc. Coop.
SiTI Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione
Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli
di Langhe-Roero e Monferrato

Progetto grafico:
Ilaria Novi (E.R.I.C.A.)

Coordinamento editoriale:
Enrico Di Nola (E.R.I.C.A.)

Testi:
Eliana Farotto (Comieco), Enrico Di Nola (E.R.I.C.A.),
Elena Berattino e Serenella Volpe (SiTI)

Foto:
Francesco Rasero (copertina, pag. 46, pag. 59)
(dove non indicato l'autore: immagini archivio partner di progetto)



ASSOCIAZIONE PER IL PERSECUITO
DELL'INDUSTRIA ETTORIO
DELL'INDUSTRIA ETTORIO



Istituto Superiore sui
Sistemi Territoriali per l'Innovazione

