



LACONFRATERNITADELTANNINO.COM – 16 GIUGNO 2020

Travaglino cambia look



Travaglino ha scelto di produrre vini capaci di raccontare la storia delle loro origini. Vini sempre eleganti, mai banali, che valorizzano finezza e piacevolezza. Caratteristiche trasposte nell'immagine che li rappresenta in etichetta.

«È il file rouge dell'ordine, della pulizia e della chiarezza del messaggio, quello a cui aspiravo e che vedo realizzato nell'immagine che veste di eleganza le nostre bottiglie: un piccolo ma importante tocco di classe che potesse esprimere al meglio, sin dal primo sguardo, il contenuto stesso della bottiglia», dichiara Cristina.

Lo studio condotto ha portato così a ridefinire in generale la grafica ricercando, soprattutto nelle etichette, una maggiore luminosità e chiarezza nella scelta di un font ben leggibile. Sono stati mantenuti i caratteri peculiari dando più visibilità e respiro ai vari elementi, evidenziando e valorizzando al meglio i tratti più autentici dei singoli prodotti, partendo dai due vitigni simbolo dell'azienda, il Riesling e il Pinot Nero, che proprio a Calvignano trovano le loro espressioni più autentiche e che nelle etichette vedono protagonista l'elemento distintivo del vigneto.

Essenziali e raffinate nella loro classicità, le etichette del Metodo Classico rispecchiano l'identità stessa del vino.

Caratteri e font agili che possono essere utilizzati anche come elementi separati. Quegli stessi singoli elementi che ritroviamo in evidenza all'interno del blasone, nelle etichette dei vini tradizionali (Pajss, Lunano, Dorato, Ramato, Moranda) ad identificare attraverso l'uso di diversi colori, i singoli vitigni e vini.

Un progetto a sé stante è invece racchiuso nell'etichetta, unica col fondo a colore e in evidenza i dettagli della torre, del blasone e della colomba portata in dono, della Barbera Campo dei Ciliegi, linea, quella della Barbera, che in un prossimo futuro includerà anche una Riserva di un rosso da uve autoctone del territorio.

L'attenzione e la cura, dall'etichetta alla capsula, in un insieme di dettagli che vanno a definire, nel loro complesso, il quadro del mondo di Tenuta Travaglino che con 400 ettari in corpo unico, di cui 80 vitati, 12 cascine di proprietà, un borgo storico e una locanda, è un universo di emozioni dove vite, uomini e paesaggio dimostrano la complessità e la bellezza di un territorio ricco di storia, tradizioni, gusto e una straordinaria vocazione vitivinicola.

«Era giunto il momento di ripensare la linea grafica partendo proprio dal restyling del logo, racconta Cristina Cerri, volendo sancire un simbolico passaggio di consegne tra le generazioni passate e l'oggi, pur mantenendo il tratto distintivo dell'eleganza sobria e pulita, negli spazi e nei tratti. Il blasone che rimane al centro racchiude non solo la storia della mia famiglia ma anche il prestigio che questa rappresenta: abbiamo voluto unire il luogo, Calvignano, alla data di nascita della Tenuta, 1868, a rappresentare uno scorrere del tempo che è valore, amplificato dall'importanza del territorio e delle nostre radici che trovano massima espressione nell'unicità dei vigneti di proprietà, a corpo unico.»