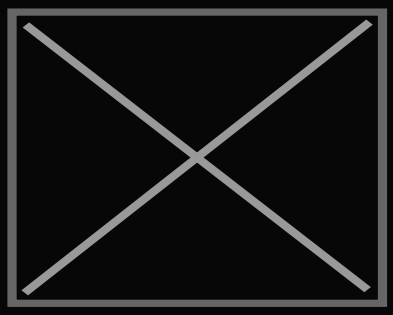
Gavino Sanna firma la nuova immagine per Italia del Vino - Consorzio

gavino-sanna-e-andrea-sartori-9f109cf9

Due bicchieri stilizzati, i colori del vino, un lettering dal carattere futurista, molto essenziale: questi i tratti salienti del nuovo logo che Italia del Vino - Consorzio ha commissionato a Gavino Sanna, una delle menti creative che hanno fatto la storia della pubblicità in Italia. Un nuovo logo che va a testimoniare una nuova fase operativa per uno dei consorzi più efficaci e rappresentativi nella promozione del vino italiano nel mondo, avviato nel 2009 e che oggi raggruppa sedici fra le più importanti realtà vitivinicole nazionali.

«Come appassionato di fotografia – spiega **Andrea Sartori**, presidente di Italia del Vino – Consorzio *ho sempre seguito artisti e personaggi che sapevano "giocare" con le immagini. Gavino Sanna rappresenta per me un mito, un artista e uomo di successo, uno dei pochi, nel mondo della comunicazione visiva, a rappresentare l'Italia nel mondo. E' stata quindi una doppia soddisfazione poter collaborare con lui, una combinazione "astrale" che mi ha permesso di affiancarmi ad una persona che stimo da sempre».*

Sottolinea **Gavino Sanna**: *«Per me tutto va riportato alla sua essenza più semplice e vera, alla pulizia delle linee. Dovendo parlare di vino la purezza e la semplicità essenziale diventano ancora più importanti. Questi cerchi sono lasciati anche alla fantasia di chi vuole leggerli ed interpretarli. E' un modo di comunicare educato, a voce bassa, per descrivere questa immagine e collaborazione. È l'inizio di un viaggio, pieno di fantasia che, come tutte le cose preziose, nasce da una semplicità estrema».*



Questo nuovo logo sarà l’immagine del Consorzio a partire dal prossimo Vinexpo, la fiera internazionale del vino che si svolge ogni due anni a Bordeaux (18-22 giugno), e che vedrà nuovamente uno stand collettivo che riunirà alcuni tra i top brand italiani, riuniti in Italia del Vino.

«Darà un’immagine ancora più italiana, ancora più legata al nostro heritage, ed alla rivoluzione nella comunicazione che il vino italiano ha realizzato negli ultimi anni: una vera e propria bandiera-manifesto della nostra cultura, ancora più facilmente percepibile dal consumatore in tutto il mondo» conclude Andrea Sartori.

www.consorzioitaliadelvino.it