Carpenè Malvolti, una limited edition dedicata al grafico Sabi

carpene-malvolti-sabi-1897d9d9

Si chiama “**SABI Collection**” ed è dedicata a **Sandro Bidasio degli Imberti** - in arte SABI - la **limited edition della Carpenè Malvolti**. Quattro Magnum di **Prosecco Superiore**, identificate ciascuna con un numero di serie, quattro etichette che rappresentano ciascuna un decennio del lungo sodalizio che ha unito il celebre grafico di Conegliano alla storica Cantina.

La prima delle quattro Magnum è dedicata agli anni Trenta e riproduce una prescrizione medica del luminare **Augusto Murri** - considerato il primo Testimonial dell’Impresa – in cui si raccomandavano le doti terapeutiche del Prosecco Spumante Carpenè Malvolti; la seconda etichetta è dedicata agli anni Quaranta ed è la rappresentazione della curiosità e dell’interesse che andava crescendo intorno al Prosecco; mentre l’immagine ispirata dagli anni Cinquanta volge verso la modernità utilizzando una tecnica grafica nuova, quella del disegno stilizzato in cui si ritrae un incontro conviviale, solenne e festoso. Infine la Magnum dedicata gli anni Settanta, ritrae l’evoluzione dei consumi del Vino Spumante, tradotta nell’immagine della storica bottiglia recante la prima iscrizione in etichetta della dicitura Prosecco, interpretata con uno stile grafico proiettato al futuro ed in sintonia con il sentiment delle pubblicità del tempo.

Personaggio eclettico, Sandro Bidasio degli Imberti, enotecnico di formazione e disegnatore autodidatta di spiccato acume ed umorismo, si è distinto per i suoi schizzi incisivi e freschi, per i bozzetti di ricerca vivaci e di tocco immediato, semplice ed efficace in cui si ritrovavano una eccellente sintesi espressiva accompagnata da un misurato cromatismo e un perfetto equilibrio compositivo e formale.

Attraverso la SABI Collection, Carpenè Malvolti sceglie ancora una volta di celebrare e dare valore alle proprie radici, ispirandosi per le etichette alle quattro campagne pubblicitarie storiche ritenute più significative tra tutte quelle realizzate appositamente da Sandro Bidasio. Illustratore di cartellonistica pubblicitaria, etichette e slogan commerciali, è stato l’**artefice di importanti campagne pubblicitarie**

in ambito vitivinicolo e ciò lo ha portato ad incontrare la Famiglia Carpenè – da sempre pioniera anche in campo comunicativo – per la quale ha realizzato alcuni dei suoi progetti più importanti. Il primo lavoro che li ha visti protagonisti insieme, è stata la realizzazione dell'etichetta stampata sulla pancia di una bottiglia di grappa a forma di zucchetta, che di fatto ne sancì a quel tempo il lancio commerciale.

Tuttavia il primato dell'Impresa nell'essere precursori dell'utilizzo dei **testimonial** nelle campagne per promuovere, nobilitare e far conoscere i propri vini e distillati, fece si che da quel momento in poi la Carpenè Malvolti si avvalesse della sua arte grafica in più occasioni. A determinare tale scelta comunicativa strategica fu Etile, la seconda Generazione, a cui si ascrive altresì il merito di essere stato l'artefice del primo, storico, approccio alla propaganda per il marchio in un contesto ufficiale, in occasione dell'Esposizioni Riunite di Milano del 1894 fece realizzare, con l'intento di promuovere il prodotto e altresì legarlo alla valorizzazione del Territorio, un pozzo in stile medievale nel cortile della Rocchetta nel Castello di Milano, dove venivano offerti in degustazione vino e distillati di Carpenè Malvolti.

La visione pionieristica dimostrata da sempre dalla Carpenè Malvolti in ambito comunicativo, fa di essa un emblematico esempio dell'importanza del saper interpretare e governare strategicamente gli strumenti comunicativi disponibili nel corso del tempo per accrescere la propria brand awareness. Dai mezzi di comunicazione più o meno tradizionali del passato, alla presenza odierna nel mondo digitale e sui social.