Tenuta Cucco, l'innovazione nel mondo del barolo

langhe-nebbiolo-7435843c

Una produzione di ricercata qualità; un metodo proprietario che introduce con garbo un'innovazione sostanziale in un mondo di grande storicità e tradizione – quello del Barolo; un approccio che fa del rispetto e della valorizzazione del territorio – con la sua biodiversità e le sue ricchezze paesaggistiche, culturali e architettoniche - il suo punto di forza. Sono questi gli elementi fondativi e fortemente identitari su cui Robilant Associati ha costruito il progetto di Brand Identity per Tenuta Cucco.

Tenuta Cucco in Serralunga d'Alba - dal 2015 parte di Tenimenti Rossi Cairo - ha intrapreso un importante percorso verso una produzione in regime biologico. *«La consapevolezza crescente dell'importanza di un'agricoltura sana, di qualità, sostenibile che valorizzi la biodiversità e preservi il territorio a favore delle generazioni future ci ha portato, dopo l'esperienza della Raia, a introdurre anche a Tenuta Cucco, in vigna e in cantina, la conduzione biologica. Siamo certi che questa scelta valorizzerà ulteriormente il potenziale qualitativo e di longevità dei Barolo e delle Barbera, le due produzioni eccellenti e storiche di questa Cantina»* afferma **Piero Rossi Cairo**, Amministratore delegato di Tenuta Cucco.

*Barolo Vigna Cucco**«Progetti come quello della famiglia Rossi Cairo, dotati di visione, lungimiranza e consapevolezza del territorio sono oggi sempre più preziosi per la valorizzazione dell'offerta enologica del nostro Paese. Per questa ragione, siamo stati lieti di consolidare la nostra partnership con l'azienda quando, dopo il progetto di branding per La Raia, è stata la volta di Tenuta Cucco* – afferma **Maurizio di Robilant**, Presidente di Robilant Associati - *Il nuovo corso richiedeva lo studio ragionato di un'identità che fosse in grado di esprimere il valore della rinnovata proposta e di interpretare il desiderio dell'azienda di farsi ambasciatrice e portavoce di un certo saper fare italiano, che sa guardare al futuro senza perdere nulla del suo patrimonio identitario»*.

Su questa visione s'innesta il progetto di design. Il marchio propone, in una versione dalle linee essenziali fortemente iconica, il caratteristico profilo del Castello di Serralunga d'Alba che si erge

come una mastodontica fortezza con alte torri sulla sommità del colle. Emblema di strategica vigilanza militare oltre che di raffinatezza architettonica, il Castello con la sua levatura geografica, diventa la nuova identità visiva della Cantina. Nel marchio il castello si erge su linee tondeggianti che rappresentano i filari ordinati dei vigneti circostanti, simbolo della mano dell'uomo che ha saputo con sapienza e rispetto governare la natura e la sua terra.

Serralunga albaLa nobilitazione qualitativa dell'offerta è affidata, inoltre, al trattamento delle etichette caratterizzate da una classicità moderna e di estrema raffinatezza. Ogni proposta si presenta con un soggetto ripreso dagli affreschi della storica chiesetta di San Sebastiano nel Borgo, sita all'interno delle mura e appartenente alla Tenuta, che è stata sino al 1888 la chiesa del paese. Santi, putti e musicanti: ciascun personaggio emerge con una preziosità che risulta esaltata dalla pulizia e dalla modernità degli altri elementi dell'etichetta - il font essenziale del nome, lo script della denominazione, i colori ricercati dei caratteri, il bianco brillante della carta pregiata. Un insieme di scelte che nel complesso testimonia la volontà della Cantina di attingere alla lunga tradizione e storicità del territorio per proporsi al mercato con un prodotto e un'immagine fortemente contemporanei.

Per favorire una corretta navigazione dell'offerta, inoltre, un diverso trattamento è stato riservato ai vini Premium, alla linea Selezione e alla linea base. I primi riportano ciascuno un soggetto specifico meglio descritto nella retro-etichetta a supporto dello storytelling del territorio; la linea Selezione riporta su ogni etichetta uno dei quattro putti musicanti, riproposti poi insieme sulle due bottiglie della linea base come cornice al piede dell'etichetta.

Non ultimo, il progetto ha anche coinvolto l'aspetto di naming: Cascina Cucco si trasforma in Tenuta Cucco, dove "Tenuta" individua con più precisione le realtà tipiche della zona piemontese, mentre "Cucco" viene preservato con riguardo per il suo valore semantico: oltre a indicare il nome del vigneto storico - Vigna Cucco all'interno del Cru Cerrati, da cui prende nome l'azienda - Cucco indica anche, in dialetto locale, la sommità della collina dove appunto si erge il Castello e si trova la Vigna.

www.tenutacucco.it