Wine designer e femminilità, parola di Giacomo Bersanetti

548686-369802576437191-1858316749-n-9aa68f65

E a proposito di vino ecco tre esperti impegnati con passione e rigore (e notevoli risultati) su fronti diversi della comunicazione e della produzione: il wine-designer Giacomo Bersanetti, insieme a Chiara Veronelli e Francesco Voltolina di SGA, agenzia specializzata nel brand e nel packaging design; Isabella Ghiglieno, giovane enologa milanese; Annalisa Zorzettig, imprenditrice viti-vinicola friulana.

[caption id="attachment_26115" align="alignleft" width="356"]
Giacomo Bersanetti (a sinistra) con Chiara Veronelli e Francesco Voltolina Giacomo Bersanetti (a sinistra) con Chiara Veronelli e Francesco Voltolina[/caption]

Giacomo Bersanetti cosa pensi della femminilizzazione del vino e che cambiamenti prevedi in futuro?

Il connotato femminile nell'evoluzione della comunicazione e del design del vino è un fattore molto importante e non solo perché le donne sono diventate un interlocutore diretto in quanto sempre più acquirenti e consumatrici molto sensibili e attente.

Che cosa intende per lato femminile un wine-designer?

Premetto che l'evoluzione del packaging del vino è andata nel corso degli anni nella direzione del DESIGN quale punto di incontro tra persone e oggetti, fra fruitori e prodotti. Noi cerchiamo forme, colori e segni che parlano agli occhi, alla memoria, alle emozioni delle persone. Il design crea chiavi universali di comunicazione e il lato femminile lo abbiamo intercettato e sviluppato attraverso i concetti di eleganza, raffinatezza, semplicità, morbidezza e dinamicità.

Correlati:

Vino, cresce con dinamismo la presenza delle donne nel settore

L'enologo: «dal vino una chance in più»