



La *nuova* provincia

Come si conquista il Monferrato con un'etichetta di vino

La semiotica, disciplina sempre più presente nelle strategie di vendita, attiva un processo emozionale che influisce su tutte le nostre scelte

108
Shares



Tour del Monferrato attraverso le etichette di vino

Questa settimana vi proponiamo un tour del Monferrato attraverso le etichette del vino, dimostrando quanto sia determinante la comunicazione. La semiotica, disciplina sempre più presente nelle strategie di vendita, attiva un processo emozionale che influisce su tutte le nostre scelte.

Al di là della legge e delle regole, l'etichetta, ma più in generale il packaging del vino, comunica molto più di quanto immaginiamo.

Il linguaggio del vino

Ogni vino ha bisogno di parlare la propria lingua per comunicare al consumatore, e lo fa da sempre: nel 79 A.C. si trattava di un linguaggio semplice, quello delle anfore, nel 1663 il Claret di Pontact è stato il primo a scrivere in bottiglia la propria provenienza, ma è solo successivamente che l'etichetta diventa un aspetto fondamentale del vino, portando con sé un senso ben definito. Ci aspettiamo che un'etichetta aderisca alle nostre aspettative, e con essa il packaging in generale: la bottiglia contiene un messaggio, così come la chiusura, la carta, l'inchiostro, il formato dell'etichetta, con i suoi elementi tipografici e visivi.

Come cambiano le etichette