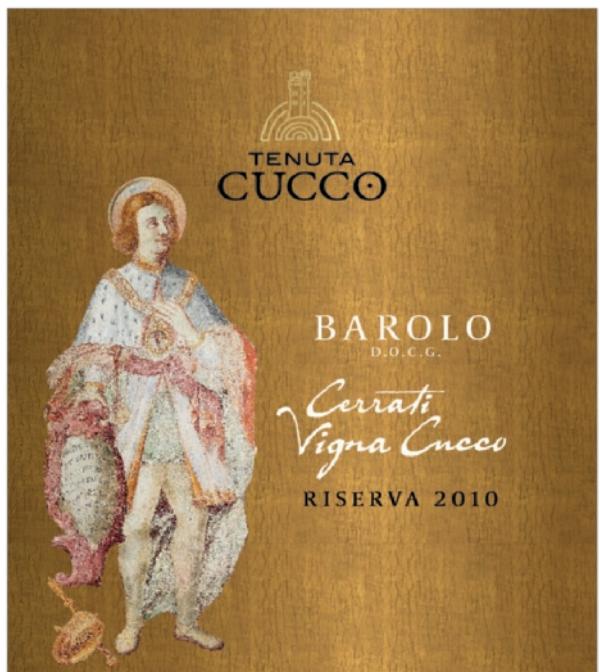


TENUTA CUCCO

la nuova icona del Barolo



UNA STORIA FATTA DI TANTA PASSIONE E UNA PRODUZIONE VINICOLA DI ALTA QUALITÀ CHE SI APRE ALL'INNOVAZIONE PUR RIMANENDO FEDELE ALLA SUA GRANDE TRADIZIONE. È LA STORIA DI TENUTA CUCCO IN SERRALUNGA D'ALBA - DAL 2015 PARTE DI TENIMENTI ROSSI CAIRO - CHE HA INTRAPRESO UN IMPORTANTE PERCORSO VERSO UNA PRODUZIONE IN REGIME BIOLOGICO; E NEL 2016 HA DECISO DI AVVIARE IL RINNOVAMENTO DELL'IMMAGINE AFFIDANDO A ROBILANT ASSOCIATI UNA NUOVA BRAND IDENTITY DEL BAROLO CHE NE INDIVIDUA DISTINTIVITÀ E MODERNITÀ E LO RACCONTA LEGANDOLO AL TERRITORIO DI QUESTA AUTENTICA CANTINA PIEMONTESE.

Tenuta Cucco a Serralunga d'Alba è un'azienda di 13 ettari che produce prevalentemente Nebbiolo da Barolo, oltre a Barbera d'Alba, Dolcetto e Chardonnay, e possiede, tra i suoi vigneti, anche Vigna Cucco, vigna

storica della zona situata sulla sommità del Cru Cerrati, un Cru commercializzato solo da questa azienda. Tenuta Cucco, insieme a La Raia a Novi Ligure, dal 2015 fa parte dei Tenimenti Rossi Cairo. La famiglia Rossi Cairo, che ha introdotto a Tenuta Cucco la coltivazione biologica, investe nell'agricoltura biologica e biodinamica dal 2002, anno in cui è stata rilevata La Raia, certificata Demeter dal 2007.

Robilant Associati, società di Brand Advisory e Strategic Design protagonista del mercato italiano, ripercorre il lavoro realizzato per Tenuta Cucco analizzando ogni passaggio fino al risultato finale: un'identità che interpreta la vocazione all'innovazione e alla qualità totale della Cantina e il suo radicamento nel territorio, nel segno dell'eccellenza e della valorizzazione dell'italianità.

L'idea di una nuova immagine

Il progetto nasce a seguito dell'acquisizione da parte del Gruppo Tenimenti Rossi Cairo della Cascina Cucco. L'acquisizione rappresenta la continuazione di un sogno imprenditoriale nella direzione di una ricerca qualitativa nel mondo agricolo, fatto di continua tensione al miglioramento dei processi produttivi, del rispetto del territorio e della natura.

La nuova proprietà sentiva la necessità di rinnovare l'immagine dei prodotti e del brand, in favore di un'identità più aggiornata, in grado di riflettere appieno la natura della Cantina e di restituire correttamente il percepito di qualità tipico da produttore di Barolo, nello specifico in rapporto alla promozione nei paesi esteri.

Progetti precedenti

La partnership di RobilantAssociati con Tenimenti Rossi Cairo era già iniziata nel 2012 per La Raia: un'azienda vitivinicola situata nel cuore delle colline del Gavi, che produce secondo i metodi della coltivazione biodinamica, nel completo rispetto della natura, dei suoi ritmi e delle sue leggi. Un'azienda tradizionalista dal punto di vista vitivinicolo, ma estremamente contemporanea nei processi di lavorazione. In quel caso il raggiungimento degli obiettivi legati alla costruzione della cantina, al riassetto del territorio e all'avvio di una prima sostanziale produzione vinicola, aveva portato la Proprietà a valutare l'opportunità di avviare un processo per la costruzione di una marca capace di posizionare l'azienda e i suoi prodotti in modo competitivo sul mercato esprimendoli mediante un linguaggio contemporaneo in grado di coinvolgere con elementi semplici ma densi di significato il suo profilo valoriale definito come "l'interprete più cortese delle terre del Gavi".

La brand identity

Gli elementi fondativi e fortemente identitari su cui RobilantAssociati ha costruito il progetto di branding per Tenuta Cucco sono: la produzione di ricercata qualità; il metodo proprietario che introduce con garbo un'innovazione sostanziale in un mondo di grande storicità e tradizione, e infine 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.

Il lavoro ha preso avvio dalla definizione di una brand strategy e di un brand positioning distintivo, per proseguire con lo sviluppo di una coerente brand identity

e packaging design affrontando, per finire, una riflessione sul 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. La forma del vetro non è stata oggetto di aggiornamento, dal momento che il disciplinare del Barolo prevede l'uso di una specifica forma (Albeisa) per i top di gamma; mentre per le restanti referenze della gamma è stata scelta una forma vetro già esistente.

Il concept grafico

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.

Gli emblemi della qualità

La nobilitazione qualitativa dell'offerta è affidata 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 sino al 1888 è stata 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.

Ad eccezione dello Spumante - ultimo a essere introdotto - ogni referenza dell'intera collezione d'offerta è stata ridisegnata: Barolo DOCG Cerrati "Vigna Cucco" Riserva; Barolo DOCG Cerrati; Barolo DOCG del Comune di Serralunga d'Alba; Langhe DOC Nebbiolo Langhe DOC Rosso; Barbera d'Alba DOC Superiore; Barbera d'Alba DOC, Dolcetto d'Alba DOC- Langhe DOC Chardonnay.

La riconoscibilità del prodotto

La nuova identità ben esprime il valore della rinnovata proposta e interpreta perfettamente 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. Una scelta che valorizzerà ulteriormente il potenziale qualitativo e di longevità dei Barolo e delle Barbera, le due produzioni eccellenti e storiche di questa Cantina. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA