

## VINO E ARTE

# Da Chagall a Pomodoro l'etichetta è d'artista

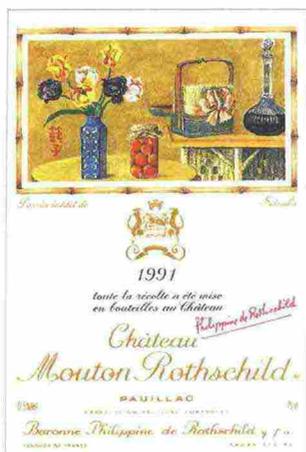
Beba Marsano

Il primo fu il barone Philippe de Rothschild. Da allora il rapporto fra le case vinicole e il mondo dell'arte si è fatto sempre più stretto. In tanti si sono cimentati nell'ideazione di label che contribuissero a valorizzare il contenuto della bottiglia

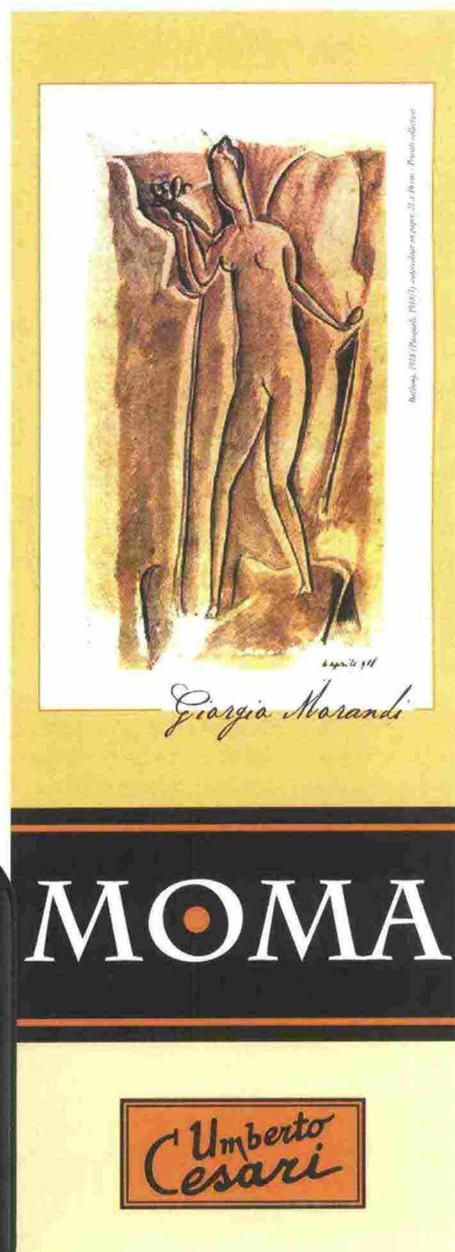
Il primo a griffare una bottiglia con etichetta d'autore fu, *noblesse oblige*, Philippe de Rothschild. Che nel 1924 ebbe l'idea di affidarla a uno dei più eclettici *affichiste* del momento, Jean Carlu, *enfant prodige* della grafica a dispetto di una gravissima menomazione: l'amputazione a neanche vent'anni del braccio destro a causa di un incidente. Per il barone disegna una fascetta aggressiva, di netta matrice cubista, che resta un unicum fino al 1945, quando per vestire ogni annata del blasonato Château Mouton Rothschild iniziano ad avvicendarsi stelle del firmamento internazionale: Jean Cocteau, Léonor Fini, Georges Braque, Salvador Dalí, Joan Miró, Marc Chagall, Pablo Picasso, Andy Warhol, Keith Haring, Francis Bacon, Balthus. Un'autentica - e originalissima - galleria delle avanguardie del dopoguerra. Con due outsider: il regista John Huston, maestro del cinema hollywoodiano degli anni d'oro, autore della label per l'anno 1982, e il principe Carlo, che firma l'etichetta del 2004 con una delicata immagine di Pini mediterranei a Cap d'Antibes.

In Italia qualcosa di simile l'ha realizzato la Cantina Produttori Cormòns, in Friuli Venezia Giulia, in virtù del progetto *Vino della Pace*, blend di vitigni giunti da ogni angolo del pianeta (550 per costituire la "vigna del mondo") quale simbolo universale di dialogo tra i popoli. Dal 1985 le bottiglie, a serie di tre, vengono abbigliate da altrettanti artisti di razza. I primi? Zoran Music, Arnaldo Pomodoro, Enrico Baj. Poi, tra i tanti, Giacomo Manzù e Luciano Minguzzi, Salvatore Fiume e Aligi Sassu, Mimmo Rotella ed Emilio Vedova, Robert Rauschenberg e Hidetoshi Nagasawa, Dario Fo e Yoko Ono.

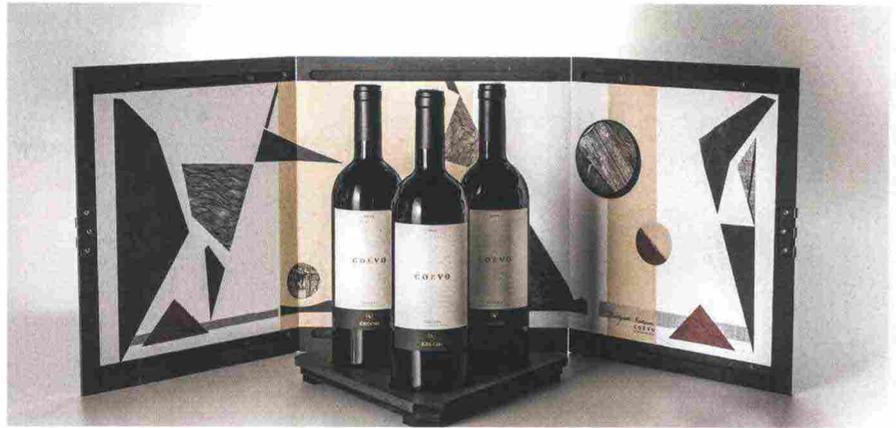
Ancora prima (siamo nel 1974), l'arte viene messa in bottiglia su annate d'eccezione di Barolo e Barbaresco della cantina Vietti di Castiglione Falletto, minuscolo borgo da cartolina - poco più di settecento abitanti - tra i vigneti delle Langhe, ora Patrimonio dell'Umanità dell'Unesco. Ecco allora



Una delle etichette di Château Mouton Rothschild che ha coinvolto numerosi artisti. A destra, il Moma di Umberto Cesari con l'etichetta di Giorgio Morandi, "Le Bagnanti". Alla ricerca di talenti, ha lanciato un concorso per giovani creativi



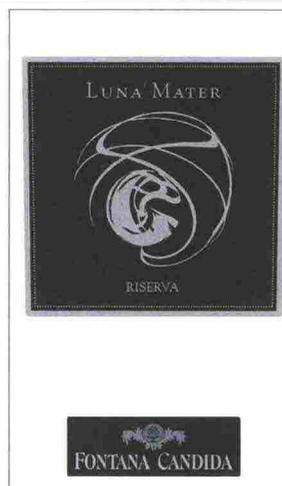
Per i dieci anni di Coevo, la toscana Cecchi ha coinvolto gli studenti dell'Accademia di Belle Arti di Firenze che hanno disegnato le etichette per le annate 2009, 2010 e 2011 riunite in cofanetti in edizione limitata. Sotto, Serafino Rudari ha creato l'etichetta della Limited edition del Ripassa Valpolicella Ripasso Doc Superiore di Zenato



sfilare le etichette di Claudio Bonichi, Pietro Cascella, Mino Maccari, Eso Peluzzi, Wayne Thiebaud e pure quella, insospettabile, di Pier Paolo Pasolini per l'amatissimo Nebbiolo d'Alba 1974, da lui battezzato come "figlio dell'uva e delle brume". Dal 1988 l'azienda veste d'artista soltanto il sontuoso Barolo riserva Villero.

Oggi l'etichetta da collezione è diventata una tendenza. Qualche esempio? Per i Poderi Morini di San Biagio (Ra) Pablo Echaurren interpreta con la solarità della sua tavolozza lo spirito gaudente dei vini di Romagna, la fantasia pop di Ugo Nespolo si è messa al servizio delle eccellenze piemontesi della cantina di Michele Chiarlo, il tratto sensuale del celebre fumettista Milo Manara si è impresso sugli Amarone della Valpolicella della Cantina di Negrar, mentre la fascetta del Frascati Luna Mater di Fontana Candida richiama l'opera realizzata per il mezzo secolo dell'azienda dall'artista romano Domenico Bianchi. Scelta diversa per l'Azienda agricola Monti di Monforte d'Alba, che si è affidata all'obiettivo del fotografo norvegese Tom Sandberg, mentre per il Chianti Superiore 2012 di casa Ruffino, tra le colline fiorentine, Clet Abraham, esponente della *street art* celebre per le fantasiose modifiche ai cartelli stradali, ha realizzato *Janine*, illusionistico volto di donna che emerge dal vetro.

Nascono, invece, da una performance di musica e colore del giovane Serafino Rudari le etichette della Limited edition voluta da casa Zenato per celebrare i vent'anni del Ripassa Valpolicella Ripasso Doc Superiore, mentre per i dieci anni di Coevo, il progetto più ambizioso di casa Cecchi, sono stati coinvolti gli studenti dell'Accademia delle Belle Arti di Firenze: un concorso, 45 disegni prima e otto poi, da cui ne sono stati selezionati tre per accompagnare altrettante annate, 2009, 2010 e 2011, raccolte in un cofanetto a edizione limitata di 200 confezioni numerate e personalizzate con le note degli stessi artisti. Anche la cantina bolognese Umberto Cesari, sulle colline di Castel San Pietro Terme, ha da qualche



Il pregiato Frascati Luna Mater di Fontana Candida riproduce l'opera dell'artista romano Domenico Bianchi realizzata per il mezzo secolo dell'azienda laziale

**VINO&ARTE**

**Nonno Rico**

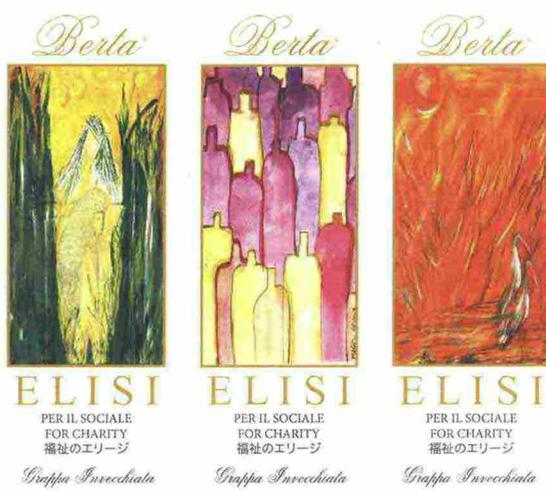
Sangiovese Riserva Oriolo



PODERI MORINI LAND OF WINE



Per il suo Casanuova Chianti Classico Vigna Doghessa, Nittardi ha scelto per l'annata 2015 un esponente della pop art inglese, Joe Tilson. La collezione artistica della azienda di Castellina in Chianti comprende ormai 70 opere originali firmate da grandi nomi dell'arte moderna e contemporanea



A sinistra, il Sangiovese Riserva Oriolo Nonno Rico dei Poderi Morini, a San Biagio (Ra) con l'etichetta di Pablo Echaurren che interpreta lo spirito dei vini di Romagna. Accanto, le label Elisi per il sociale disegnate dai ragazzi di Fraternità e amicizia Onlus contraddistinguono la grappa delle Distillerie Berta. Sotto, Janine, l'edizione speciale del fiasco del Chianti Ruffino disegnata dall'artista francese Clet Abraham che riproduce un volto femminile

anno lanciato un concorso in collaborazione con il Design Center Bologna e le Accademie di Belle Arti di Bologna e Ravenna per coinvolgere nuovi talenti nella realizzazione di originali etichette destinate al Moma Bianco, Rosso e Rosé, nato con la riproduzione de *Le Bagnanti* di Giorgio Morandi.

Un caso a sé quello di Castello Romitorio, proprietà di Sandro Chia, gigante della Transavanguardia e autore, per la gioia di estimatori e collezionisti, delle etichette per il suo Brunello di Montalcino. "Creo un vino come dipingo perché il vino è trascendenza, immaginazione, poesia", ha detto più volte. Altro artista vignaiolo Carlo Hauner, designer, architetto, pittore bresciano di origine boema, folgorato dalla bellezza dell'arcipelago eoliano dove si trasferì nei primi anni Sessanta iniziando a produrre un'eccellente Malvasia delle Lipari, da lui etichettata con soggetti ispirati ai colori e alle architetture di Salina. E come non ricordare Romano Levi, il "grappaio-angelo angelico" che, nella piccolissima Neive, centro medievale dagli scorci incantati sulle colline delle Langhe, realizzava a mano "con certissima sapienza" (Luigi Veronelli) ogni singola etichetta accompagnata da una dedica. "Faccio grappa: il sangue di fuoco, i morsi di vita, la poesia sono tuoi", ribadiva Levi.

L'arte è di casa pure nella Tenuta Nittardi, nel cuore del Chianti, già proprietà di Michelangelo Buonarroti. Nel 1981 l'azienda viene acquistata dal gallerista tedesco Peter Femfert, che fin dalla prima annata chiede la collaborazione di grandi artisti per la realizzazione di etichette del prestigioso Chianti Classico Docg Vigna Doghessa e la carta di seta che ne avvolge le bottiglie. Dopo Tadini, Adami, Mitoraj, Arroyo, Alechinsky, Yoko Ono, Günter Grass e Dario Fo, tra gli altri, la 35esima etichetta artistica di Nittardi è affidata quest'anno al pittore, icona della British Pop Art, Joe Tilson. Le due opere create da Tilson

vogliono essere un omaggio all'Italia, e in particolare a due luoghi a cui l'artista è particolarmente legato, la Toscana e Venezia.

Racconta, invece, una bella storia di solidarietà *Elisi per il sociale*, la grappa dal colore ambrato con note di cacao e marasca delle Distillerie Berta, venduta nei cinque continenti con tre diverse etichette realizzate dai ragazzi di Fraternità e Amicizia Onlus, l'associazione milanese che affianca nei loro percorsi di vita circa 300 giovani con disabilità psico-intellettive e relazionali. Il ricavato delle vendite è destinato ai laboratori didattici, a sostegno di attività (ri)creative e di piccoli viaggi, come quello effettuato proprio a casa Berta a Mombaruzzo, nel cuore delle dolci colline del Monferrato, che ha ispirato i disegni per le etichette Elisi.

Oggi, nello stretto dialogo creativo tra vino e arte, la nuova tendenza ha oltrepassato i limiti bidimensionali dell'etichetta per abbracciare la terza dimensione e commissionare a riconosciuti maestri del vetro la realizzazione di bottiglie artistiche, originali nella forma e nel colore. Bottiglie prodotte in edizioni limitate come oggetti da collezione. Ma questa è un'altra storia.

