Tenuta Sant’Antonio ridisegna il volto di Amarone, La Bandina e Nanfrè: quando l’etichetta diventa spazio narrativo

scritto da Emanuele Fiorio | 1 Settembre 2026

Tenuta Sant’Antonio cambia volto alle sue etichette più identitarie. Amarone Anniversario, La Bandina e Nanfrè si presentano nel 2026 con un packaging completamente ripensato: illustrazioni, miti e simboli sostituiscono i codici grafici più classici della Valpolicella. Un restyling che non tocca il vino, ma ne rinnova il racconto, tra memoria di famiglia, natura, territorio e ricerca artistica.

C’è un momento, nella vita di una cantina, in cui il vino

resta lo stesso ma tutto il resto cambia. È il momento in cui ci si ferma a guardare non più solo cosa c'è dentro la bottiglia, ma cosa quella bottiglia comunica prima ancora di essere stappata. **Tenuta Sant'Antonio**, realtà della famiglia Castagnedi radicata nel cuore della Valpolicella, ha scelto il 2026 per compiere questo passaggio, presentando un restyling che riguarda tre etichette simbolo del proprio percorso: l'**Amarone Anniversario**, il **Valpolicella Superiore DOC La Bandina** e il **Valpolicella DOC Nanfrè**.

Non si tratta di un semplice aggiornamento grafico. È una **dichiarazione d'intenti**, il segno tangibile di una cantina che ha deciso di abbandonare gli stilemi più classici e prevedibili del packaging vitivinicolo per abbracciare un **linguaggio visivo più libero, narrativo, quasi illustrativo.** Tre etichette, tre storie, tre artisti diversi che hanno interpretato a modo loro cosa significa, oggi, raccontare il territorio della Valpolicella.

Amarone Anniversario: trent'anni di storia si vestono di serigrafia

Il primo capitolo di questo restyling nasce da una ricorrenza importante: il **30°**

Anniversario della cantina. Per celebrarlo, Tenuta Sant’Antonio non ha scelto la

st
ra
da
pi
ù
pr
ev
ed
ib
il
e
–
un
’e
ti
ch
et
ta
el
eg
an
te
e
so
br
ia
,
ma
ga
ri
do
ra
ta
,
co
me
im

po
ne
la
co
nv
en
zi
on
e
pe
r
i
gr
an
di
vi
ni
da
me
di
ta
zi
on
e
–
ma
ha
op
ta
to
pe
r
qu
al
co
sa
di

molto più audace: una bottiglia a sei rigrafata, con un disegno a linee sottili

e
co
lo
ri
ac
ce
si
ch
e
ra
ff
ig
ur
a
un
pi
cc
ol
o
mo
nd
o
an
im
al
e,
tr
a
fa
gi
an
i,
qu
ag
li
e,
to

rt
or
e,
ci
nc
e
e
gh
ia
nd
ai
e,
po
po
la
nd
o
il
ve
tr
o
ne
ro
de
ll
a
bo
tt
ig
li
a
co
me
fo
ss
er
o

in ci si on i co nt em po ra ne e.

È una scelta che va letta con attenzione, perché **non è solo estetica: è una vera dichiarazione.** L’idea alla base è che il Valpolicella non sia soltanto un territorio di vigne, ma un ecosistema vivo, dove il fruscio del vento e il canto degli uccelli fanno da colonna sonora quotidiana alla vendemmia. Un Amarone che nasce dal blend dei tre Amaroni della cantina, pensato per raccontare **trent’anni di identità stilistica** fatta di profondità, eleganza e coerenza – e che oggi trova il coraggio di raccontarsi con un **segno grafico che si allontana volutamente dai codici più istituzionali della denominazione.**

Il messaggio è chiaro, e la stessa Tenuta Sant’Antonio lo sottolinea: **a evolvere è il modo di raccontarsi, non l’essenza di ciò che si è**. Un equilibrio non semplice da centrare, ma che qui sembra funzionare proprio perché la serigrafia non copre né distrae dal vino: lo accompagna, come una nuova voce narrante per una storia che resta profondamente identitaria.

La Bandina: quando il Valpolicella diventa una divinità femminile

Se l’Amarone e Anniversario gioca sulla natura, **La Bandina** – il Valpolicella Superiore

ri
or
e
DO
C
ch
e
ra
pp
re
se
nt
a
un
o
de
gl
i
em
bl
em
i
pi
ù
ri
co
no
sc
ib
il
i
de
ll
a
ca
nt
in

a
–
sc
eg
li
e
in
ve
ce
la
st
ra
da
de
l
mi
to
.
L’
et
ic
he
tt
a,
co
mp
le
ta
me
nt
e
ri
pe
ns
at
a,
ra

ff
ig
ur
a
un
a
fi
gu
ra
fe
mm
in
il
e
re
ga
le
ch
e
em
er
ge
da
un
pa
es
ag
gi
o
di
co
ll
in
e
di
se
gn

at
e
co
me
un
mo
sa
ic
o
di
vi
gn
et
i,
tr
a
fi
la
ri
in
tr
ec
ci
at
i,
pi
cc
ol
i
bo
rg
hi
e
ca
se
lo
nt

an
e,
av
vo
lt
e
da
un
se
gn
o
gr
af
ic
o
ch
e
ra
pp
re
se
nt
a
il
ve
nt
o,
el
em
en
to
di
st
in
ti
vo
e

quasi identitario di questo territorio.

Dietro questa scelta c’è un lavoro concettuale preciso, raccontato dalla stessa voce dell’artista che ha firmato l’etichetta: l’intento era **dare un’anima al vino**, immaginare “Valpolicella” non come una semplice denominazione geografica, ma come il nome di una divinità dai tratti femminili che prende forma tra le vigne, le colline, le case, gli alberi. **Il vento diventa così elemento decorativo e narrativo insieme**: muove le nuvole, che si trasformano in acini d’uva, che a loro volta diventano vino, in un ciclo visivo che restituisce, in un solo colpo d’occhio, tutto il percorso che porta dalla natura al calice.

È un’etichetta che **inaugura un nuovo capitolo identitario** per La Bandina, mantenendo saldo il legame con la tradizione e con la visione della famiglia Castagnedi, ma raccontandola con uno sguardo decisamente più contemporaneo. Nel calice, il vino resta fedele a sé stesso: rosso brillante con sfumature

violacee, profumi tipici dei vitigni veronesi, ciliegia sotto spirito e frutti di bosco in primo piano, accompagnati da una speziatura calda e avvolgente che chiude il quadro sensoriale.

Nanfrè: il vino diventa ponte tra le persone

Il terzo capitolo di questo restyling è forse quello più giocos

o
e,
al
lo
st
es
so
te
mp
o,
pi
ù
si
mb
ol
ic
am
en
te
de
ns
o:
il
Va
lp
ol
ic
el
la
DO
C
Na
nf
rè
.
Qu
i

l’
et
ic
he
tt
a
si
tr
as
fo
rm
a
in
un
a
pi
cc
ol
a
co
mp
os
iz
io
ne
po
p,
do
ve
da
un
bi
cc
hi
er
e
di

vi
no
fu
or
ie
sc
e
un
fl
us
so
di
co
lo
re
ch
e
ri
ve
la
vo
lt
i
di
pe
rs
on
e
di
ve
rs
e,
co
lt
i
in
un

momento digioia condivisa – come se fosse proprio loro, con nel loro storie e

i
lo
ro
in
co
nt
ri
,
a
da
re
fo
rm
a
al
Va
lp
ol
ic
el
la
st
es
so
.

Il **concetto** alla base è tanto semplice quanto potente: il **vino come simbolo di unione**, come ponte tra chi lavora dietro le quinte della produzione – in totale sinergia, vendemmia dopo vendemmia – e chi invece lo vive dall’altra parte del calice, in un **momento di condivisione** con altre persone. Un’unica comunità, un unico universo, quello del Valpolicella, rappresentato in etichetta con un **linguaggio grafico vivace, quasi da illustrazione editoriale**, anche in questo caso molto distante dai codici più formali con cui questa denominazione viene solitamente raccontata.

Non è un caso che dietro questa scelta ci sia anche una **dedica personale:** i vigneti di Nanfrè, che prosperano tra i comuni di **Colognola ai Colli e Illasi**, sono dedicati a Gianfranco – per gli amici, appunto, Nanfrè – già proprietario di quel vigneto. Un legame affettivo che si intreccia con la volontà di raccontare un vino dalla **bevibilità più immediata e contemporanea**: colore non troppo carico, naso intenso e fruttato, con note di erba medica, fiori di pesco e frutta matura, per un sorso morbido, fresco, con tannino sottile e persistente.

Un restyling che è soprattutto un cambio di sguardo

Guardando insieme queste tre etichette, emerge con chiarezza il filo conduttore dell'intera operazione: **rompere con lo stile precedente**, più classico e istituzionale, per aprirsi a un linguaggio visivo capace di parlare a un pubblico più ampio, più curioso, più abituato a leggere il vino anche attraverso **codici estetici presi in prestito dall'illustrazione, dal fumetto, dall'arte contemporanea.**

È una scommessa che richiede coraggio, perché nel mondo del vino – specialmente in una denominazione storica come la Valpolicella – l'etichetta non è mai un dettaglio secondario: è il primo contatto, la prima promessa fatta al consumatore prima ancora dell'assaggio. Tenuta Sant'Antonio ha scelto di **giocarsi questa promessa su un terreno nuovo**, senza rinunciare al legame con il territorio e con la propria storia, ma raccontandoli con uno sguardo che guarda decisamente avanti.

Tre bottiglie, tre artisti, tre modi diversi di intendere lo stesso territorio: il risultato è un packaging che non si limita a vestire il vino, ma che **prova a dargli voce**, trasformando l'**etichetta da semplice supporto informativo a vero e proprio spazio narrativo.**

Punti chiave:

1. **Tre etichette rinnovate**: Amarone Anniversario, La Bandina e Nanfrè cambiano completamente veste grafica per il 2026.
2. **Rottura con lo stile classico**: il packaging abbandona i codici più istituzionali della Valpolicella per un linguaggio illustrativo e narrativo.
3. **Ogni bottiglia racconta una storia diversa**: la natura per l’Amarone, il mito femminile per La Bandina, l’unione tra le persone per Nanfrè.
4. **Il vino non cambia, cambia il racconto**: il restyling è un’evoluzione dell’identità visiva, non della sostanza enologica.
5. **Legame forte con il territorio e la famiglia**: da Nanfrè dedicato a Gianfranco ai trent’anni di storia celebrati dall’Amarone.