

# **“Soggetto Design”, binomio tra vino e arte: contaminazioni artistiche del Prosecco DOC**

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Febbraio 2023

# ITALIAN GENIO

L'arte di vivere italiano è rigorosamente DOC.

Ph. Elis Gjorretaj

THE BOX ITALY



Bevi responsabilmente



Storia, talento, ricerca e uno stile tipicamente italiano. L'Italian Genio si esprime in mille modi, con capolavori del design ma anche del gusto come Prosecco DOC: l'eccellenza che racconta l'unicità di un territorio tra Veneto e Friuli Venezia Giulia.

In collaborazione con ADI Design Museum - RADIOFONOGRAFO,  
BRIONVEGA Compasso d'Oro 1970 - ARTEMIDE, ECLISSE,  
Compasso d'Oro 1967 - MOROSO, PAPER PLANES, Compasso  
d'Oro Honorable Mention 2014



**PROSECCO DOC**  
**ITALIAN GENIO**

[www.prosecco.wine](http://www.prosecco.wine)

**Autenticità, stile, alto valore, l'iconica estetica italiana si mescola con la cultura, il design, la tecnologia e**

**l'innovazione.** Il valore del “Made in Italy” passa attraverso la conoscenza e l’evoluzione delle eccellenze della nostra terra.

**Un percorso che caratterizza il Prosecco DOC**, ambasciatore del “Made in Italy” ed emblema di un territorio, di una storia e di una cultura che sono ormai patrimonio nazionale ed internazionale.

L'eccellenza come bene intramontabile, frutto di un percorso che raggiunge il punto più alto, il vertice che possiede una valenza intrinseca imperitura.

Struttura, equilibrio, armonia ed eleganza che hanno dato vita ad un connubio inedito, avanguardistico ed originale attraverso la campagna **“Soggetto Design”**, quello tra Prosecco DOC e 3 icone del design italiano: radio Cubo di Brionvega, la lampada Atollo di Oluce e la poltrona Fjord firmata Moroso.

Una campagna nata dalla **collaborazione tra il Consorzio Tutela Prosecco DOC e ADI Design Museum**, spazio espositivo che ha ridato vita a uno storico edificio industriale, inaugurato a Milano nel 2021 e dedicato interamente al design.

E l'unione d'intenti tra i due soggetti coinvolti appare chiara nell'ottica condivisa di una **dialettica attorno alla contemporaneità che parla di capacità tecnica, maestria, genio italiano** in grado di ridefinire i percorsi attraverso la concretizzazione di visioni, tenendo sempre presente gli attuali profondi mutamenti della società ed i nuovi bisogni che stanno nascendo.

Il Consorzio Tutela Prosecco DOC dimostra ancora una volta la propria **vocazione precorritrice, la volontà di guardare oltre gli steccati, ampliare gli orizzonti alla ricerca di contaminazioni creative ed artistiche** in ogni forma senza mai perdere di vista le fondamenta ben salde e costruite sul rispetto delle tradizioni.

Il Prosecco DOC, emblema enoico mondiale incontra 3 oggetti cult del design e dell'arredo italiano per narrare la medesima inebriante **storia di eccellenza, artigianalità e unicità "Made in Italy"**.

Il payoff della campagna rappresenta l'elemento di trait d'unione: “The Italian sparkling art of living” ovvero “L’arte di vivere italiano è rigorosamente DOC”.

La campagna “Soggetto Design” richiama le affascinanti e patinate copertine delle illustrazioni artistiche di alta qualità e prende forma attraverso il concept “magazine cover” nel quale il Prosecco DOC viene accostato alle tre preziose opere di design.

Una campagna che vuole essere un **racconto di valorizzazione del binomio vino e arte**, per **“incrementare il percepito della denominazione nell’immaginario del consumatore”** come sottolinea Stefano Zanette, presidente del Consorzio Tutela Prosecco DOC.

Un concreto segnale di evoluzione e vitalità per il “Made in Italy” in un frangente economico e storico complesso e ricco di sfide inedite.

La proiezione di un miraggio onirico che trova nella concretezza delle linee geometriche del design e nell’equilibrio armonioso del Prosecco **un afflato ed una ispirazione verso nuove orizzonti e traguardi**.