Fedrigoni Self-Adhesives porta le sue carte premium a Insuperlabel

scritto da Redazione Wine Meridian | 1 Luglio 2021



Alla sua prima edizione, **Insuperlabel** è il percorso creativo di formazione, innovazione e condivisione lanciato da Auroflex, azienda con 40 anni di esperienza nella stampa di etichette autoadesive nel settore Luxury ed enologico, in partnership con **Fedrigoni Self-Adhesives**, **Hp Indigo, Luxoro, Esko**.

Un **contest tutto italiano** nato per premiare la coerenza e l'efficacia creativa del **label designer** capace di interpretare al meglio la storia di resilienza dell'azienda siciliana "**Vigna del mare**", creando un'etichetta che sappia raccontare di un vino esclusivo per origine, irripetibile espressione di storia, territorio e modo d'intendere viticoltura e vinificazione. L'azienda è stata fondata poco dopo che i cugini Eleonora e Dario hanno dato il via ad un'azione di recupero dei vigneti di famiglia, tornando a produrre i vini autoctoni: gli antichi Perricone e Grillo, con la sua caratteristica nota affumicata, le sfumature iodate e il

carattere sapido, e i più giovani Catarratto e Nero d’Avola.

“Packaging ed etichette sono il primo incontro sensoriale che il cliente ha con il prodotto e sono proprio le carte a renderli uno strumento comunicativo ed emozionale così potente da influenzare le scelte d’acquisto dei consumatori. Per questo, per realizzare carte e film autoadesivi premium che permettano all’etichetta di aggiungere valore al prodotto ed elevare il brand, a Fedrigoni Self-Adhesives investiamo nel **connubio tra estetica, sostenibilità e innovazione tecnologica**” racconta **Micol Valle – Business Development Manager**. “Dall’altra, crediamo fortemente che veicolare l’incontro di saperi e punti di vista eterogenei porti a risultati molto più ricchi e unici. Elevare la creatività per Fedrigoni Self-Adhesives non vuol dire solo fornire un materiale di alta qualità che sappia emozionare, ma anche collaborare a momenti di sinergie creative come Insuperlabel, dove offriamo opportunità di formazione per ispirare gli specialisti del settore nei loro nuovi progetti. Come creare quindi un packaging efficace e d’eccellenza? Studiando e approfondendo, usando sempre molta curiosità”.

Dei 50 partecipanti al contest, la giuria selezionata da Auroflex e composta da Leonardo Sonnoli, Graphic designer e Docente presso l’università ISIA di Urbino, Fausto Gristina, Graphic designer e Docente presso L’Accademia delle Belle Arti di Palermo, e Giovanni Angelucci, Giornalista enogastronomico che scrive per Dove, Gambero Rosso, La Stampa, Vanity Fair, ha già selezionato gli 8 finalisti.

Adduma, Anna Giglio, FerrarioDesign, Gianclaudia Marino, Giulio Patrizi Design, Kiu, Maria Giannico e Salieri 3 sono gli 8 che parteciperanno ai momenti formativi tenuti dai partner del contest e che saranno poi invitati a stampare presso Auroflex i loro progetti, esclusivamente su carte Fedrigoni. Il vincitore di Insuperlabel sarà annunciato una volta conclusa quest’ultima fase.