Advision conquista il Bronze Award ai Pentawards 2023 con il progetto “Lume – Spirito degli Abissi”

scritto da Redazione Wine Meridian | 28 Novembre 2023

Advision, agenzia di comunicazione veronese, si è distinta ai Pentawards 2023, aggiudicandosi il Bronze Award nella categoria Self-Promotion per il suo progetto di design rivoluzionario “Lume – Spirito degli Abissi”. Il prestigioso concorso internazionale, che celebra l’eccellenza nel packaging design, ha riconosciuto l’innovazione e la creatività senza precedenti di Advision in una cerimonia di premiazione avvenuta lo scorso venerdì, 10 novembre, a Magazine London, uno degli spazi più innovativi per eventi a Londra.

Advision è stata selezionata per la Short List con tre differenti progetti, tra i quali “Lume – Spirito degli Abissi” ha ottenuto l’importante riconoscimento da una giuria internazionale composta da oltre 50 esperti e designer di fama mondiale, rappresentanti di oltre 40 paesi e di aziende leader come PUMA, The Walt Disney Company, Unilever, Estée Lauder, Coty, WWF e Stranger & Stranger.

Etichetta e al contempo esperienza, “Spirito degli Abissi” rappresenta l’ultima incarnazione del progetto Lume, un’iniziativa annuale che si reinventa costantemente assumendo ogni volta una forma nuova e inaspettata. “*Lume rappresenta il nostro laboratorio di idee, dove la creatività fluisce libera da ogni vincolo*“, dichiarano Matteo Zantedeschi e Ilaria Bontempo, art directors di Advision. “*La partecipazione ai Pentawards è stata l’opportunità ideale per presentare l’ultima innovazione di Lume, che ha ottenuto l’attenzione di una giuria di altissimo livello.*“

“Lume – Spirito degli Abissi” invita a guardare il mondo da una prospettiva diversa, utilizzando la luce in modo non convenzionale e creando un gioco di trasparenze che trasforma il packaging in un elemento chiave dell’esperienza di marca. Utilizzando uno smartphone, i consumatori possono esplorare e illuminare l’ignoto, parte integrante del racconto del prodotto.

Dal punto di vista tecnico, “Lume – Spirito degli Abissi” combina tecniche di stampa avanzate che arricchiscono il tema degli abissi marini, metafora dell’esplorazione dell’esperienza umana. La retro etichetta, che simula il fondale marino all’interno della bottiglia, è stata realizzata accoppiando carta con un film plastico trasparente di UPM Raflatac, prodotto con plastiche raccolte in oceano e successivamente riciclate, dal nome Ocean Action. Il cofanetto esterno è impreziosito da una doppia laminazione a caldo di Luxoro KURZ e da un rivestimento interno specchiato, che amplifica la narrazione visiva. Infine il packaging

primario è stato affidato alla competenza di Vetroelite e Vinolok, rispettivamente per la bottiglia e la chiusura in vetro Philos, della gamma Edge.

Con questo ulteriore successo, Advision si riconferma leader nel settore del branding e packaging design, specializzata nel mercato di alto livello e wine & spirits, con base nella pittoresca Valpolicella, Verona. L’agenzia si impegna costantemente a coniugare tradizione e innovazione, soddisfacendo le esigenze di un settore in dinamico cambiamento.

Lo scorso maggio, questo progetto è stato protagonista di *Avant-Garde,* uno spazio che raccoglieva le proposte di packaging più innovative e all’avanguardia, selezionate da una giuria composta da esperti internazionali, docenti universitari e designer. Tutto questo nella cornice di Packaging Première a Fiera Milano, l’esposizione di riferimento per il packaging di lusso in Italia.