

GAGLIASSI
MONFORTE D'ALBA

PROGETTO G-ZERO

Redazione progetto: Bruno DellaTorre - Fulvio Furbatto



GAGLIASSI
numero zero



1

WWW.GAGLIASSI.COM



PROGETTO G-ZERO



2

G PREMESSA

G COS'E "GZERO"

G IL PROGETTO ETICO "GZERO"

G IL CONCORSO "GZERO"

G COMUNICHIAMO "GZERO"

G COMMERCIALIZZIAMO "GZERO"



PREMESSA



GAGLIASSI ZERO non è solo una sigla, un marchio o una semplice iniziativa commerciale. **GAGLIASSI ZERO** è il progetto di svolta della storica cantina GAGLIASSI che, alla luce dei suoi 200 anni, proietta nel futuro, attraverso un progetto innovativo, la sua grande tradizione familiare.

GAGLIASSI ZERO è la tradizione che diventa emozione, la storia che si trasforma in solidarietà, la qualità che si veste d'arte....

3





- G** DUE PRODOTTI, LANGHE ROSSO E LANGHE CHARDONAY DI NUOVA CONCEZIONE E STRUTTURA.
- G** DUE BOTTIGLIE "NUDE" DA VESTIRE CON LA CREATIVITA' DI ARTISTI DI TUTTO IL MONDO, COINVOLTI IN UN CONCORSO ETICO SOLIDALE
- G** DUE ETICHETTE CHE, PER UN ANNO, SARANNO ATTRICI DEL PROGETTO, LASCIANDO POI L'EREDITA' AI NUOVI VINCITORI PER QUELLA CHE SARA' UNA LUNGA TRADIZIONE QUALITATIVA, ARTISTICA E SOLIDALE.



CENTRALE, FORTE, EVIDENTE, PUR NELLA LIBERTA' DELLE FORME ARTISTICHE, E' IL CONCETTO ETICO DEL PROGETTO **GZERO** :



G Un vino da agricoltura biodinamica, vinificato, fermentato in barriques di legno derivanti dalla miglior partita battuta all'asta in Francia, assemblati in Italia da Gamba, secondo i concetti "europei" di lavoro, imbottigliato all'origine nelle cantine di Monforte d'Alba, e presentato senza orpelli al cliente finale.

G Un prodotto realizzato senza sfruttare troppo la nostra Terra, sia nella coltivazione che nei prodotti di stoccaggio, per finire al tappo di silicone, che nel preservare il vino perfettamente integro per 3-6 anni, non impoverisce inutilmente le foreste di quercia da sughero.





G Un progetto etico che vedrà premiata quella ONLUS che piu' si sarà distinta nell'impegno per migliorare la qualità della vita, o che avrà contribuito, con progetti chiari e tracciabili, alla salvaguardia dell'ambiente.

G Un percorso chiaro, quello della donazione, che vedrà nella sua campagna informativa, la chiave della sua tracciabilità, elemento sostanziale per la riuscita del progetto **GZERO**.

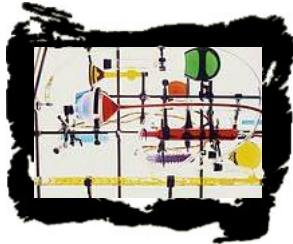


Il percorso del concorso, realizzato da Fulvio Furbatto, dell'azienda Unipromo specializzata in concorsi tematici , sta per definire il suo tracciato con le seguenti caratteristiche:



- G** Libero accesso, per tutti coloro che sentono di poter “offrire” a **GZERO**, un’idea, una foto, un disegno o qualsiasi forma d’arte, che si possa trasformare in veste grafica del prodotto.
- G** Anche scuole, istituti, potranno partecipare attivamente al progetto, trasportando così, un semplice concorso artistico, verso la definizione di un contenuto didattico educativo.





G Il vincitore o i Vincitori, vedranno così premiate le loro opere non solo grazie alla presenza della loro creatività per un'anno su 2 delle più importanti produzioni della cantina Gagliassi, ma anche attraverso l'assegnazione di premi e omaggi.

G Fra i più particolari ricordiamo una Barriques di lt 224,00 da cui verranno prodotte n.300 bottiglie che verranno messe all'asta per una raccolta fondi da destinare, unitamente alla somma devoluta dalla Cascina Gagliassi srl, alla Onlus selezionata dal progetto.*

*Tutto verrà meglio specificato dal materiale a supporto dell'iniziativa, che sarà volutamente molto chiaro e semplice, e sull'etichetta zero.



OVVIAMENTE PER LA VALUTAZIONE DELLE OPERE È STATA POSTA PARTICOLARE ATTENZIONE, NELLA COSTITUZIONE DI UN COMITATO RAPPRESENTATIVO, ISPIRATO AI VOLORI DELL'INIZIATIVA, COMPOSTO DA:



- G** Accanto a Bruno Dellatorre e Antonio Romano, in rappresentanza della proprietà, siederanno giornalisti fotografi e uomini “di gusto” del territorio.
- G** Per rendere più vicino alla gente il concorso faranno parte della squadra un enotecario, un ristoratore, un importatore e un consumatore finale, rappresentanti di categoria, che cambieranno di anno in anno.
- G** Ultimi, ma non meno importanti, un rappresentante dell'associazione prescelta e dal secondo anno, un rappresentante di ogni associazione “premiata” in precedenza.



La forza del progetto **GZERO** sarà rappresentata dalla sua sfera comunicativa, sana, etica, naturale, fresca e alla portata di tutti ma allo stesso tempo profonda e concreta. Tutto ciò sarà fondamentale per offrire visibilità al prodotto ma soprattutto ai suoi contenuti, dando voce alla parte etico solidale:



G

EVENTI: in luoghi inusuali, caratteristici di una filosofia, ricchi di contenuto che possano creare valore aggiunto al progetto (La "prima del progetto" dovrebbe infatti essere realizzata nel nuovo Ristorante HILTL di Zurigo, il tempio europeo del mangiare sano e vegetariano)

G

PARTNER: selezionati, che possano offrire visibilità e attenzione mediatica, i partner saranno il motore di spinta per la comunicazione del progetto

G

STAMPA: Un ufficio stampa dedicato sarà il promotore dell'iniziativa, del lancio dell'etichetta e di tutti gli attori che partecipano a questo progetto

10





- G** Coerentemente si provvederà poi di distribuire **GZERO** secondo un concetto di maggior visibilità, cercando di colpire il cliente finale e nello stesso tempo non inflazionando il prodotto che dovrà rimanere unico e indipendente.
- G** Per questo, in ogni area, si selezionerà un solo canale distributivo, per offrire così visibilità anche a chi proporrà il prodotto, sposando non solo un progetto unico ma “UN MODO DIVERSO DI ESSERE VINO”.

