

Wine News

THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

NON SOLO VINO

ALTA MODA & AGROALIMENTARE

Dolce&Gabbana, la griffe che veste grandi bottiglie e fa sfilare i territori del vino in passerella

Dai vini Donnafugata a Montepulciano, patria del Nobile scelta come set, agli ultimi testimonial della nuova campagna: i pastori della Lunigiana

MILANO, 20 APRILE 2021, ORE 12:32



Dagli “abiti” firmati per vestire i grandi vini italiani, nel segno dell’assoluta creatività ed artigianalità italiana, rappresentata ad altissimi livelli da due simboli italiani come l’alta moda ed il vino che si uniscono, ai territori più celebri dell’Italia del vino fatti “sfilare in passerella”, scelti come set di spot che spopolano in tutto il mondo per il lancio di nuovi ed esclusivi prodotti, passando per il connubio con gli artigiani del gusto che dà vita a vere e proprie produzioni “sartoriali” che mette insieme lo stile dell’alta moda con l’arte enogastronomica italiana. È sempre più ricca la “collezione” di collaborazioni tra Dolce&Gabbana e il wine & food italiano per raccontare al mondo la bellezza del made in Italy. Gli ultimi testimonial della griffe? I pastori della Lunigiana, scelti per la nuova campagna “D&G Family” e il progetto digital della Maison, dove protagonisti sono i Boschetti, storica famiglia dedita alla pastorizia e custode della pecora massese, antica razza autoctona del territorio di Massa Carrara, che rappresenta proprio il valore della famiglia e del confronto tra generazioni, fotografati durante il lockdown da Mattia Crocetti, compagno di studi del figlio dei titolari dell’azienda.

Frutto della collaborazione tra Dolce&Gabbana e Donnafugata “all’insegna dell’amore incondizionato per la Sicilia, la tradizione più autentica e il tocco umano”, dopo il Rosa, piccola produzione di pregio di un rosato lanciato nel 2020 a livello internazionale, e ad inizio primavera 2021 nella nuova versione formato Magnum, con l’assoluta particolarità del suo packaging ispirato all’iconografia del carretto siciliano, è anche il Tancredi 2016 il cui “abito” in edizione limitata evoca colori e geometrie barocche e aristocratiche, ma anche i valori rivoluzionari che si affermarono in Sicilia dopo l’Unità d’Italia, in omaggio all’opera de “Il Gattopardo” dal quale il vino simbolo della griffe siciliana prende il nome del celebre personaggio del romanzo di Giuseppe Tomasi di Lampedusa.

Senza dimenticare, restando in Sicilia, la collaborazione con la celebre pasticceria Fiasconaro che, rinnovando la tradizione, dà vita a prodotti di arte dolciaria griffatissimi, come colombe e panettoni.

Montepulciano, patria del vino Nobile, è stata invece scelta come set dalla Maison negli anni scorsi, come moltissime pellicole cinematografiche italiane ed internazionali prima dei due stilisti Domenico Dolce e Stefano Gabbana, per il lancio del nuovo profumo maschile “K” in uno spot con l’influencer Mariano Di Vaio, diretto dal fotografo Mariano Vivanco, che, girato tra il rinascimentale centro storico della città ed i vigneti del suo celebre vino, sulle note di Ennio Morricone, è diventato in poco tempo un cult.

Contatti: info@winenews.it

Seguici anche su Twitter: [@WineNewsIt](https://twitter.com/WineNewsIt)

Seguici anche su Facebook: [@winenewsit](https://www.facebook.com/winenewsit)

Questo articolo è tratto dall'archivio di WineNews - Tutti i diritti riservati - Copyright © 2000/2021