

Prato veste anche le bottiglie di vino e si porta a casa l'Etichetta d'argento

PRATO. Prato protagonista al Vinitaly 2009, il salone internazionale del vino e dei distillati. Si è infatti appena concluso il 14° Concorso Internazionale di Packaging, organizzato dall'Ente Autonomo Fiere di Verona per premiare ogni anno la migliore strategia visiva di vini e distillati. L'azienda pratese Cromografica ha vinto l'Etichetta d'argento della sua categoria grazie all'etichetta, ideata da Stefania Coppini, dell'"Innato 2007", un Circeo bianco doc prodotto dalla Cantina Villa Gianna di Borgo San Donato Sabaudia (Latina).

Il crescente successo del concorso, che quest'anno ha visto partecipare 224 bottiglie da paesi quali Germania, Bulgaria, Portogallo, Malta, Croazia, Spagna, Svizzera e America, oltre all'Italia, è il segnale di come il pubblico comincia a prestare attenzione non solo alla qualità del prodotto ma anche a come questo viene vestito. E a vestire prodotti del genere, a pensarli graficamente e anche a realizzarli, ci pensano realtà come la Cromografica. Pierluigi Caciotti però, il titolare dell'azienda insieme al figlio Marco, non ha ancora saputo che l'etichetta progettata e stampata a Prato si è aggiudicata un riconoscimento così prestigioso.

«Non ne sapevo assolutamente nulla e non me l'aspettavo, anche se non è la prima volta che otteniamo riconoscimenti del genere - ammette - questo mi rende però ancora più contento perché è il segnale che quello che stiamo facendo lo stiamo indirizzando nella direzione giusta».

La Cromografica nasce a Firenze nel 1936 e da quattro generazioni, tramandosi il mestiere di padre in figlio, continua a produrre etichette di lusso per vini e liquori. Attualmente ha qualcosa come 45 dipendenti e da qualche anno ha aperto un altro stabili-

mento attiguo a quello esistente a Prato. «Ci siamo spostati a Prato una decina di anni fa per avere più spazio, perché Firenze era ormai soffocata dalle case, e anche per qualche piccolo vantaggio economico che allora ci veniva garantito - spiega Pierluigi Caciotti - poi alla fine sono venuto a vivere anch'io a Prato, quindi ormai mi posso consi-



derare un pratese: qui si sta e si lavora bene». Inevitabile, a questo punto, non parlare di crisi. Caciotti è chiaro. «La crisi si sente eccome ma non in modo tragico come in altri settori - spiega - Per rendere veramente l'idea si può fare questo esempio. I vini di grande qualità, diciamo quelli intorno ai cinquanta euro non sono in crisi anzi, aumentano addirittura la produzione; lo stesso discorso si può fare per quelli per cui invece bastano un euro o due. Sentono la crisi tutti quei vini, ma anche i liquori e i vari tipi di olio che stanno nel mezzo a questi due estremi. Parlerei però di contrazioni, più o meno lievi, piuttosto che di veri e propri tracolli».

A.P.



Sopra Marco Caciotti accanto insieme al padre Pierluigi e a Stefania Coppini. A sinistra l'etichetta vincitrice

La Cromografica ha realizzato l'"abito" del Circeo bianco doc

