



La Lugana diventa solidale. Per Natale le nuove etichette delle Morette disegnate da ragazzi con disabilità

11 Dicembre 2024 

PESCHIERA DEL GARDA – L'azienda Le Morette anche quest'anno mette nelle mani della fondazione Più di un Sogno le etichette natalizie di Lugana Mandorlara Doc. Un modo per creare sensibilizzazione e dare alla bottiglia un tocco diverso in fatto d'immagine. Il sodalizio mette in luce il bisogno di inclusività che le persone con disabilità cercano e non solo, di un mondo del vino aperto a forme di collaborazione importanti dal punto di vista sociale.

Il progetto parte da tre varianti dell'etichetta che aprono nuovi scenari, quelli in cui il vino è un veicolo che mette in contatto il mondo del lavoro con quello di chi, ad oggi, ha ancora difficoltà a entrarci a piè pari. Con **Benedetta Merola**, referente della fondazione, e **Fabio Zenato** di Le Morette, abbiamo ragionato sull'approccio propositivo che aiuterà a "normalizzare" situazioni che, oggi, purtroppo, fanno ancora notizia.

"Creare cultura attorno alla disabilità, così inizia l'avventura di Più di un Sogno a Verona. Era il 2007 quando sei famiglie di persone con disabilità hanno puntato al voler fare qualcosa per chi ne aveva bisogno. L'obiettivo era ed è accompagnare i soggetti con disabilità dalla nascita fino all'età adulta, quella dell'inclusione nel mondo scolastico e del lavoro. Oggi ci prendiamo cura di ben 120 famiglie, un risultato che ci premia", racconta Benedetta parlando dell'attività e vira verso quattro parole chiave: sostegno, sviluppo del pensiero, movimento e coscienza. Questi i valori che guidano i tutor con i ragazzi.

La sinergia con le aziende è venuta naturale e, ad oggi, è ciò che muove questa associazione. "L'incontro con Fabio Zenato è stato illuminante. Abbiamo intuito che collaborando con loro avremmo dato ai ragazzi un'ulteriore opportunità di crescita e confronto con il mondo del lavoro – afferma Benedetta – . Ci è stato chiesto di realizzare speciali etichette per promuovere l'edizione speciale natalizia di Lugana. Quest'anno a collaborare sono stati 15 ragazzi dai 20 ai 30 anni. Tutti hanno svolto una specifica mansione a seconda delle proprie possibilità che cambiano da persona a persona".

Francesca Zantedeschi, Sara Ottocento, Letizia Mucciante e Giorgia Pagani sono le ragazze che hanno contribuito a creare tre disegni ben distinti, delicati nei tratti, ma impattanti dal punto di vista grafico. Un ottimo esempio di pop art che per un vino non guasta mai. Per crearle si è partiti dal classico brainstorming.

"Siamo partiti dal nome Mandorlara, quindi siamo arrivati al sentore ammandorlato tipico



della Lugana, siamo passati dal frutto al fiore, evocando odori, consistenze e colori. Tutto ciò è stato propedeutico alla fase del disegno che ha previsto l'utilizzo degli stencil, perfetti per favorire la manualità degli esecutori".

Dal grappolo dell'uva, al tralcio, ai colori più caldi e dai tratti più o meno intensi, l'etichetta per il Lugana di Le Morette è subito servita.

"Non è stato un caso il voler puntare sulla Lugana – dice Fabio Zenato – ci identifica come azienda di famiglia e vogliamo che il messaggio sia univoco. L'etichetta, anche se non racconta del progetto sul retro, si inserisce in un cammino informativo più importante che ogni destinatario può scoprire. Infatti alla vendita viene allegato un foglio che racconta di questa attività, della destinazione del ricavato della vendita verso Più di un Sogno. Il nostro scopo è creare conoscenza, sensibilizzare i fruitori del vino e l'esclusività di ogni edizione è un valore aggiunto".

Di queste bottiglie infatti, se ne producono davvero poche e sono disponibili presso il wine shop aziendale e sul sito Le Morette.

Che il vino stia entrando nel sociale e sia catalizzatore di solidarietà non è un mistero. Infatti diverse sono le cantine che danno l'opportunità di far compiere esperienze pratiche a ragazzi con disabilità. Basti pensare ai progetti di vendemmia didattica e dedicata, oltre a partnership che li coinvolgono in alcune fasi del lavoro come imbottigliamento ed etichettatura, ovviamente essendo ben seguiti dai tutor.

Questa è un'altra faccia del vino che ben si sposa con la fondazione, secondo Benedetta. "Il territorio veronese è ricco di realtà vitivinicole e noi, che vogliamo l'inclusione, siamo aperti a collaborazioni per rafforzarci. Le partnership devono servire alla creazione di filiere orizzontali con l'impiego di queste persone e, ove possibile, l'idea è di creare profitti per loro. Le aziende devono diventare dei luoghi in cui energie e risorse danno vita a qualcosa di buono, mentre il valore aggiunto ce lo mettono i ragazzi con il loro impegno. Dobbiamo far sì che si possa guardare con occhi diversi a questa realtà e trovarci un senso".

Un'iniziativa lodevole in grado di mettere a confronto diverse realtà che possono ben coesistere e generare valore, perché nulla va mai dato per scontato, anche la solidarietà.

LE ETICHETTE

