

## Problemi di stagione

*Ogni stagione come ben sappiamo porta differenti problemi. Anche nel desktop publishing esistono dei problemi che possono essere visti come stagionali. In questo numero abbiamo deciso di affrontarne un paio legati in specifico all'autunno e al periodo che ci porta verso il nuovo anno. Leggete attentamente e saprete di che si tratta, ma soprattutto non «ubriacatevi» con tutti questi...*

**di Mauro Gandini**

### Com'è andata la vendemmia?

Ebbene sì, parleremo di vino. Naturalmente qualcuno penserà che mi sono ubriacato prima di mettermi alla tastiera e iniziare a scrivere questo articolo. Niente affatto: parleremo più in specifico di bottiglie e ancora più in specifico di etichette per le bottiglie di vino. Chi ha detto che il desktop publishing deve servire solo per creare giornali, periodici o libri? Un'etichetta per il vino può essere creata molto velocemente con un programma di dtp, anche uno semplice come potrebbe essere Microsoft Publisher, se non addirittura un software integrato alla ClarisWorks.

Sono molte migliaia le persone che in Italia si dedicano per lavoro o per hobby alla vigna e ai suoi prodotti. Ci sono famiglie intere con parenti e amici che si mobilitano una volta all'anno durante un

week-end di ottobre per la raccolta di uva e la sua lavorazione, giusto per poterne ricavare qualche ettolitro di vino da bere con gli amici e poter dire «questo è di quello buono, l'ho fatto io».

Queste persone sono come tutti noi e hanno nel vino un hobby un po' particolare: ed essendo questo vino una loro creatura, naturalmente farebbero di tutto per renderlo ancora migliore. Noi con i nostri articoli di desktop publishing non possiamo certo aiutarli a rassodare il terreno o a raccogliere i grappoli (tanto meno pigiare l'uva...), ma possiamo di certo dare loro qualche consiglio su come realizzare delle belle etichette da apporre sulle bottiglie contenenti la loro creatura.

### Quanti gradi?

Le indicazioni che vanno messe sul-

l'etichetta di un vino, non sono poi moltissime. Di base bisogna inserire la gradazione alcolica, la quantità contenuta, il nome del vino, il produttore e, naturalmente, l'anno della vendemmia.

Per conoscere la gradazione alcolica esatta, normalmente ci si rivolge a laboratori specializzati che si trovano nelle zone di maggior produzione: ovviamente se il vino prodotto non è di tipo commerciale, in molti casi ci si fida del solo palato. Il contenuto sarà ovviamente legato al tipo di bottiglia utilizzato: normalmente si tratta di bottiglie ad 0,72 l o da 0,75 l, raramente da litro.

Per il nome del vino la faccenda si complica, perché esso è legato al tipo di uva e alla zona di produzione. Naturalmente possono essere utilizzati anche nomi di fantasia, che però non forniscono al consumatore un'idea chiara di cosa effettivamente troverà nella bottiglia:



Un paio di esempi classici di etichette di vino: questi produttori hanno deciso di mantenere immutate nel tempo le etichette per sfruttare l'effetto memoria nella mente della gente.

se si vuole si può dare il nome che si preferisce alla propria «creatura», ma aggiungendo poi anche il nome comune delle uve utilizzate (es. se si utilizzano uve di Merlot, si potrà inserire sotto il nome una dicitura tipo «Ricavato da uve Merlot»).

Per i vini D.O.C. la cosa si fa più seria. Essi sono protetti dalla legge attraverso il D.P.R. 12/7/1963 n. 930 e successive iscrizioni alla Gazzetta Ufficiale: inoltre nelle zone di produzione sono nati consorzi a protezione di tali denominazioni. Prima di apporre sull'etichetta qualsiasi dicitura D.O.C. o D.O.C.G. (Denominazione di Origine Controllata Garantita) è meglio contattare tali consorzi. Se non vi è la certezza per l'utilizzo dell'indicazione D.O.C., vi consigliamo di evitarne l'utilizzo e di non mettere alcuna indicazione o al massimo utilizzare delle indicazioni generiche come Vino da tavola, Vino liquoroso, Vino da dessert. Se un vino D.O.C. è destinato all'esportazione, si può in taluni casi utilizzare anche la dicitura ammessa nei paesi della CEE V.Q.P.R.D. - Vini di qualità Prodotti in Regioni Determinate.

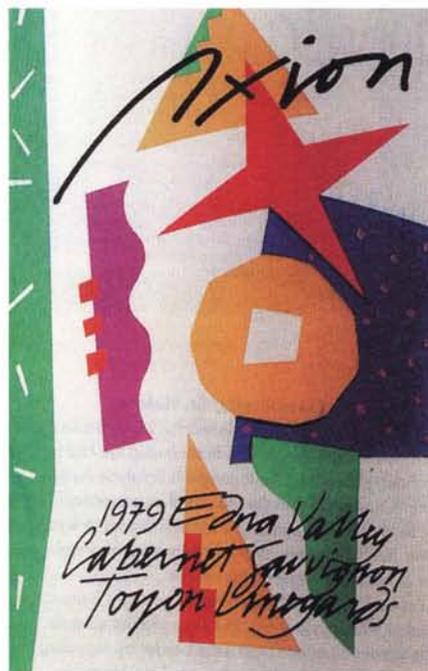
Il nome del produttore deve essere inserito per dare una maggior garanzia sulla provenienza del prodotto: normalmente basta il nome del produttore e la città o il paese dove tale produttore risiede. Sull'anno della vendemmia penso non ci siano dubbi: normalmente esso viene inserito sull'etichetta principale oppure su un'altra all'altezza del collo della bottiglia. Naturalmente nel caso di bottiglie per uso proprio si potrà evitare la finezza di una seconda etichetta e porre la data direttamente sulla bottiglia. Se il vino è del tipo a consumo immediato, si potrà inserire un'indicazione del tipo «Vino Novello» oppure «Novembrino» o «Vino Nuovo».

Oltre a queste cinque indicazioni, l'etichetta potrà contenere altre informazioni: il nostro consiglio tuttavia è di non sovrapporre l'etichetta con cose talvolta di poca importanza. Eccovi un breve elenco di altre notizie che possono essere utili per il consumatore.

Zona di produzione - Le stesse uve, utilizzate in differenti zone, possono fornire vini con differenze anche significative.

Imbottigliamento - Se esso è effettuato nella zona di produzione è senza dubbio meglio.

Invecchiamento - Se si sono utilizzati particolari accorgimenti nell'invecchiamento, tali da aver migliorato la qualità



*In questo caso ci troviamo di fronte ad un'etichetta relativa a un vino prodotto negli Stati Uniti: come vedete non vi è nulla di tradizionale, ma si vuole sfruttare il notevole impatto grafico per attirare il consumatore.*

del vino (es. botti piccole o di legno particolare), perché non indicarlo?

Consigli d'utilizzo - Primo tra tutti la temperatura a cui il vino dà il meglio di se stesso e poi, naturalmente, i cibi con cui meglio di accoppia.

Gusto - Questo genere di indicazioni devono dare non solo l'indicazione del

gusto, ma anche quasi il senso di cosa si proverà nel bere quel determinato vino: così ultimamente c'è stato un proliferare di nuove indicazioni. Oltre ai classici secco, frizzante, amabile, dolce, si sono aggiunti altri termini più o meno discutibili come brioso, gioioso, delicato, corposo, leggero, asciutto, armonioso, morbido, ecc.

Numero - Se la produzione è limitata si può pensare di numerare una ad una le bottiglie: se non le si vuole numerare a mano, si può richiedere ad una tipografia di eseguire tale lavoro con delle macchine che consentono la numerazione anche di piccole serie.

Tutte queste indicazioni, naturalmente, vanno a sovrapporre l'etichetta, che secondo noi dovrebbe riportare solo le indicazioni principali per poi lasciare spazio alla grafica, che, in un mondo basato sulla comunicazione come il nostro, assume una certa importanza. Tuttavia se proprio non vogliamo tralasciare le altre indicazioni, potremmo mettere una retro-etichetta, cioè aggiungere un'etichetta di dimensioni ridotte rispetto all'etichetta principale sul retro della bottiglia: naturalmente dovrà avere la stessa grafica della principale, ma ovviamente dovrà essere studiata in modo da reggere maggior testo rispetto all'etichetta vera e propria.

### La grafica

In queste pagine potete vedere alcuni esempi classici di etichette, in qualche caso storici. Alcuni tra i più importanti produttori utilizzano le stesse etichette da decenni e ormai ognuno di



*Questo un primo esempio di etichetta generata con Publisher: con una cornice che il programma mette a disposizione e poche scritte abbiamo realizzato una simpatica etichetta a colori con relativo bollino per indicare l'anno della vendemmia.*



Un esempio di etichetta ancora più semplice sempre realizzata con Publisher; tutte le etichette realizzate sono naturalmente puramente inventate e ogni riferimento a reali situazioni è puramente casuale.



noi riconosce tali famosi e rinomati vini proprio dall'etichetta.

Per vini da utilizzare in proprio o da regalare agli amici potremmo sbizzarrirci e passare da forme classiche a forme moderne, da etichette a uno o due colori a etichette multicolori, da look innovativi a elementi di massima eleganza.

Una bella etichetta può anche essere fatta semplicemente da una cornice che racchiude il testo con le indicazioni sopra citate: utilizzando un qualsiasi programma adatto allo scopo come Publisher avremo a disposizione decine di cornici che con semplicità ci consentiranno di creare l'etichetta desiderata. Publisher dà anche la possibilità di inserire scritte con deformazioni particolari.

Un'etichetta elegante può essere realizzata inserendo un fondo colorato particolare come per esempio un fondo marmoreo.

Anche sfondi con sfumature lineari o circolari possono creare effetti molto interessanti: ovviamente in questi casi dovremo utilizzare prodotti di grafica un po' più specifici (sono sufficienti anche versioni non proprio aggiornatissime o anche programmi shareware). Senza utilizzare sfondi particolari potremmo anche semplicemente utilizzare delle griglie come quelle che normalmente offrono tutti i principali programmi di grafica come sfondo per elementi come rettangoli, ecc.

Quando si utilizzano sfondi colorati, dovremo ricordarci di creare un certo contrasto con il testo per renderlo ben leggibile. Se si decide di creare un'etichetta in bianco e nero, dovremo creare graficamente un motivo di interesse: questo potrebbe essere anche solo l'utilizzo di caratteri particolari accompagnati da un'elegante cornice, per esempio. Altre indicazioni le potete trovare su MC di luglio/agosto '95, dove abbiamo

dedicato un articolo alle pubblicazioni in Bianco e Nero. Se avete a disposizione uno scanner potete anche inserire una foto del vostro vigneto, della vostra casa o del vostro paese. Se volete comunque inserire un disegno come elemento grafico potete naturalmente utilizzare delle raccolte di clip-art per rendere ancora più interessante il vostro lavoro. A volte tuttavia sono sufficienti delle semplici composizioni di elementi di facile realizzazione (rettangoli, ovali, ecc.), per rendere l'etichetta interessante.

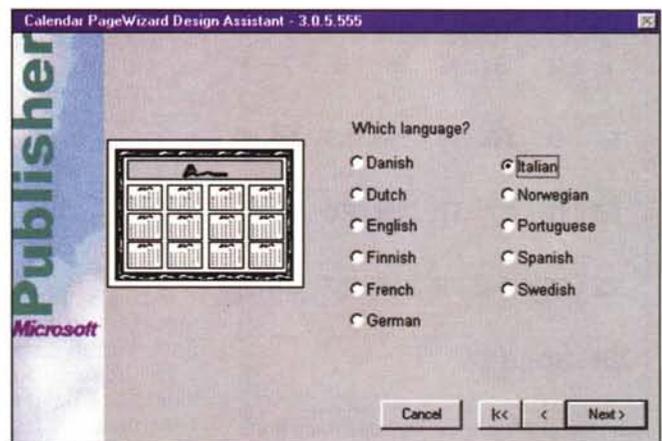
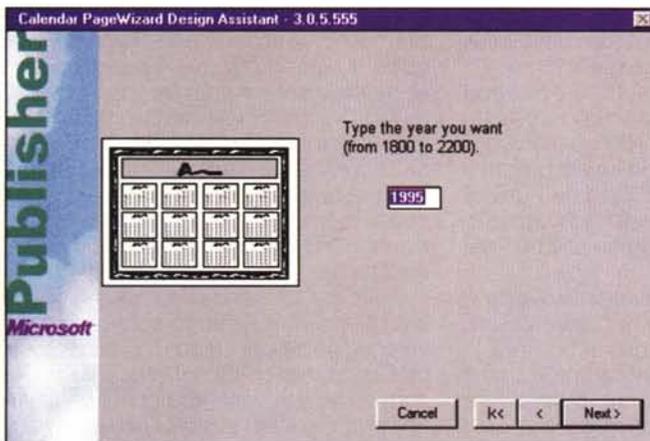
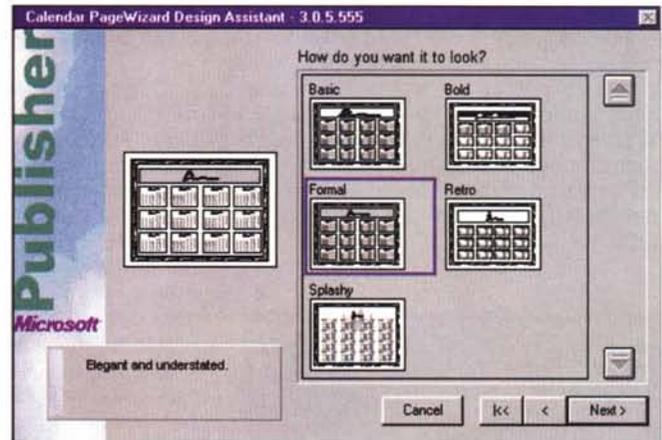
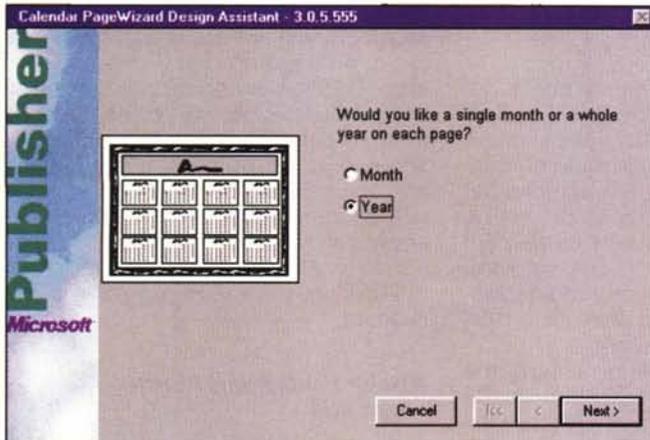
Per quanto riguarda i caratteri da utilizzare per le parti di testo sono consi-

gliabili dei caratteri eleganti, quindi con le grazie; tuttavia caratteri molto eleganti come l'Inglese (quello che sembra scritto a mano e che viene utilizzato per le partecipazioni di nozze) dovrebbero essere relegati a vini di particolare importanza come Spumanti, Brut, Champagne, ecc. Nel caso si decida di adottare una grafica particolarmente moderna potremmo utilizzare caratteri senza grazie che meglio si adattano a forme moderne. A parte i font, potremo anche studiare particolari utilizzi dei testi con allineamenti particolari, disassamenti, uso del maiuscoletto, sottolineature con bordi, ecc.

Per quanto riguarda la forma, naturalmente vi consigliamo il rettangolo: altre forme comportano poi il problema di dover essere tagliate non con una semplice taglierina, ma con fustelle apposite. Nel caso decidiate di far stampare le etichette in tipografia, allora potete chiedere se hanno qualche particolare fustella con forme differenti (l'esempio più classico è l'ovale oppure il rettangolo con un semicerchio sovrapposto) in modo da non dover spendere soldi per la realizzazione di una fustella particolare. Per evitare problemi di taglio, specialmente quando il bordo dell'etichetta non è bianco ma colorato, vi consigliamo di lasciare un po' più di bordo attorno e magari di inserire dei piccoli crocini che vi possano aiutare nel taglio.



Questa etichetta è stata realizzata con CorelDraw: in essa abbiamo sfruttato i simboli per l'inserimento dei grappoli d'uva e abbiamo inserito una fotografia.



Per creare un calendario con Publisher, basta sfruttare un apposito Wizard che, dopo avervi posto alcune domande attraverso delle videate (qui ne vedete solo 4, ma sono circa il doppio), realizza per voi il calendario automaticamente: ovviamente potete poi modificarlo a vostro piacimento.

## Stampa, carta e finitura

Per la stampa delle etichette entra naturalmente in gioco il numero di bottiglie che intendete produrre: se vi accontentate di andare una volta all'anno in Monferrato a comprare un paio di damigiane di vino buono da utilizzare per le ricorrenze, per gli ospiti e da regalare agli amici, allora potrete pensare di farvele da voi. Se avete una stampante a colori di buona qualità o se avete un amico compiacente che ve la presta, il gioco è fatto. Naturalmente dovrete cercare di farci stare più di un'etichetta per foglio in modo da poter risparmiare sulla carta che potrebbe essere costosa (normalmente ci possono stare fino a 3-4 etichette su un foglio UNI A4). Nel caso di stampa con una stampante a colori, dovrete considerare ogni etichetta vi può costare dalle poche centinaia di lire a un migliaio a seconda dei costi di esercizio propri della stampante. E naturalmente sempre in questo caso armatevi di pazienza perché stampare

qualche centinaio di etichette, anche 4 per foglio, può significare diverse ore di lavoro.

Nel caso invece vi servano quantitativi maggiori, dovremo optare per la stampa tipografica: se il numero supera le poche centinaia di copie, ma non raggiunge le 2000, forse è meglio orientarsi verso una grafica che comporti l'utilizzo di solo due colori in modo da ridurre i costi di stampa.

Se utilizziamo alcuni tipi di stampanti a colori, saremo purtroppo vincolati dall'utilizzo di una carta speciale: normalmente queste carte sono ottime per l'utilizzo come etichette, anche perché riescono a sopportare l'uso di colle anche con alto contenuto di acqua (per le quali esiste il problema della tipica arricciatura). In altri casi potremmo utilizzare una carta patinata opaca o anche semplicemente della carta da fotocopie (ovviamente i colori saranno meno brillanti). Sarebbe consigliabile prima dell'applicazione sulle bottiglie delle etichette una «verniciatura» con gli appositi spray

protettivi che si usano in grafica (reperibili nei negozi di belle arti).

Si possono utilizzare anche le carte autoadesive che risultano estremamente comode nel momento in cui bisogna applicare le etichette: in questo caso è consigliabile utilizzare il tipo riposizionabile e non quello permanente, non tanto per evitare errori di posizionamento sulla bottiglia, ma perché poi è più semplice, in caso di riutilizzo delle bottiglie, staccare l'etichetta e pulire quindi perfettamente la bottiglia solo con acqua, senza dover usare solventi chimici.

## Anno nuovo, vita nuova

Anche quest'anno è quasi finito e, tra le varie cose da fare, c'è anche quella di cambiare il calendario. E se quest'anno me lo facessi da me? Potrebbe anche essere un'idea interessante. Già, ma come si fa un calendario? Anche questo può essere considerato un problema di stagione da dare in pasto al desktop publishing.

Ricordo che tra i primi programmi per Macintosh, c'erano alcuni generatori di calendario: non erano certo dei prodotti con cui si poteva confezionare un calendario commerciale, ma la facilità con cui si poteva utilizzare la grafica con Macintosh, faceva sì che molti per l'ufficio si creassero questi calendari, anche solo per lo sfizio di poter dire «questo l'ho fatto io».

**Ma Pasqua quando cade? Sarà bisestile?**

Queste sono le domande che si pone subito chi deve progettare un calendario. Partiamo dalla seconda che sembra la più facile, ma nasconde comunque delle insidie. La regola comune per rispondere alla domanda se un anno è bisestile o meno, è quella di dividere per 4 il numero dell'anno: così se ovviamente gli anni dispari non potranno essere bisestili, avremo invece che il 1994 non lo fu, ma il 1996 lo sarà.

E il 2000? Ovviamente lo sarà, ma non solo per il fatto di essere divisibile per 4: infatti la regola per il primo anno di un nuovo secolo è differente, così al posto di dover dividere per 4, l'anno deve essere divisibile per 400. Se qualcuno rovistando in solaio nelle casse della povera bisnonna, dovesse trovare un vecchio calendario del 1900 potrebbe constatare che tale anno non fu bisestile. Bisogna risalire al 1600 per trovare un anno capo di secolo che sia bisestile (oltretutto fino ad ora è anche l'unico, visto che l'attuale calendario fu introdotto da papa Gregorio proprio alla fine del '500).

Per la seconda domanda la regola è unica anche se un po' più complessa. Essa suona così: Pasqua è sempre la prima domenica che succede alla prima luna piena della primavera. Meglio fare l'esempio del 1995: nel mese di marzo troviamo una luna piena il giorno 17, peccato che sia solo qualche giorno prima dell'arrivo della primavera, così dob-

biamo attendere la successiva, quella di sabato 15 aprile. Pasqua è quindi arrivata subito il giorno dopo, domenica 16 aprile 1995. Così possiamo trovare la Pasqua bassa cioè il più vicina possibile all'inizio della Primavera (infatti Pasqua non può mai arrivare prima del 21 marzo), oppure alta, cioè molto lontana da tale data (mai dopo il 19 di aprile). Per agevolarvi nei calcoli, vi ricordiamo che il ciclo lunare è di 29 giorni (cioè abbiamo una luna piena 29 giorni dopo la precedente).

**Anche i calendari hanno i loro stili**

Ora che sappiamo le due cose essenziali possiamo iniziare il progetto del nostro calendario. Per prima cosa dobbiamo chiederci a cosa deve servire questo calendario. Se il suo uso sarà esclusivamente personale, da appendere in ufficio, allora lo faremo come meglio ci aggrada. Se il calendario deve essere invece uno strumento di comunicazione come può essere quello che riceviamo in omaggio dalla nostra banca, allora dovremo prima chiederci a chi ci rivolgiamo.

Esistono persone che hanno bisogno del calendario con tanto spazio per scrivere vicino ad ogni giorno, ci sono quelli che hanno bisogno di avere sempre sottocchio tre mesi per poter pianificare le attività (questo è molto richiesto dagli uffici contabilità), poi ci sono i calendari che devono essere ben visibili in qualsiasi momento e anche da lontano, con numeri grandi, quindi. Ma non è finita: ci sono quelli modello poster che mostrano tutti i mesi contemporaneamente o, al contrario, quelli che indicano un giorno per volta (e tra questi ci sono anche gli universali, cioè quelli che vanno sempre bene, anno dopo anno). E ancora: quelli da appendere al muro e quelli da tenere sulla propria scrivania.

Avete visto in poche righe quante alternative abbiamo potuto elencare. In effetti la realizzazione di un calendario è un lavoro che può essere anche molto creativo. Noi partiremo sempre dal presupposto di poterci fare in proprio un calendario, senza essere particolarmente esperti di grafica, ma sfruttando le opportunità dei programmi di grafica... e non solo.

**I numeri**

Normalmente possiamo suddividere un calendario nella parte di calendario vera e propria (quella con i numeri) e, poi, una parte grafica o iconografica.

In buona sintesi la parte numerica di

Ecco due esempi di calendari (mensile o annuale) realizzati con l'aiuto di Publisher.

**Gennaio 1996**

L	M	M	G	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	26	28
28	30	31				

**Gennaio 1996**

L	M	M	G	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	26	28
28	30	31				

un calendario si riduce ad essere una semplice tabella: ormai sia i programmi di desktop publishing, sia altri programmi che utilizziamo in ufficio come fogli elettronici e word processor. Si può scegliere tra un numero di formattazioni che possono risolvere qualsiasi problema: ovviamente dovremo scegliere tra quelle che consentono una maggior leggibilità, modificandole magari cambiando i font o alleggerendo fondini troppo pieni.

Nel caso sia necessario creare un calendario con molto spazio bianco per ogni giorno, dovremo probabilmente crearci da soli l'impostazione grafica poiché ovviamente le tabelle hanno il compito soprattutto di compattare i numeri non di renderli «spaziosi».

Salvo nel caso si debba realizzare un calendario con i numeri particolarmente grandi, possiamo optare sempre per l'utilizzo di caratteri di tipo «bastone» che rispetto a quelli con le grazie risultano sempre essere più leggibili.

Se lo spazio ve lo consente, è sempre interessante poter mettere insieme al mese principale anche il precedente e il successivo, magari in forma grafica simile, ma ridotti nelle dimensioni: così infatti è possibile avere sempre sottocchio anche i periodi a cavallo tra un mese ed un altro senza dover continuamente girare pagina per andare avanti o tornare indietro.

**Elementi grafici**

Come ben sappiamo un calendario può essere illustrato in differenti maniere: la più classica è quella di mettere una bella fotografia d'effetto in alto e sotto il calendario del mese (o talvolta di due mesi). Anche in questo caso ci possono venire in aiuto prodotti per il desktop publishing come le raccolte di

*Ecco tre esempi di calendari realizzati attraverso gli stili preimpostati per le tabelle di Word per Windows: per passare dall'uno all'altro sono bastati pochi colpi di mouse.*

**Gennaio 1996**

L	M	M	G	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	26	28
28	30	31				

fotografie su CD-ROM. Naturalmente sceglieremo l'argomento che ci interessa e poi acquisteremo la relativa raccolta di foto: considerando che in queste raccolte ci sono quasi un centinaio di fotografie, possiamo pensare di essere a posto per le realizzazioni di calendari per qualche anno. Se utilizziamo questi calendari solo nel nostro ufficio o a casa (stampando un mese alla volta con una semplice stampante a colori), e cioè non decidiamo di commercializzarli, normalmente non esistono problemi di diritti da pagare: per un uso commerciale o anche solo pubblicitario, vi consigliamo di contattare il produttore della raccolta di fotografie per sapere se ci sono royalty da versare agli autori.

Ovviamente al posto di fotografie potremmo anche utilizzare clip-art sempre prese dalle raccolte in commercio: in questo caso probabilmente non sarà interessante realizzare dei calendari molto grandi, ma per esempio potrebbero essere utilizzati per illustrare un piccolo calendario da tavolo.

Se il calendario è di tipo pubblicitario, naturalmente dovremo trovare spazio per inserire un marchio. Molti grafici per rendere il marchio non facilmente eliminabile dal calendario optano per una soluzione che lo vede posizionato in mezzo tra l'immagine e il calendario vero e proprio, magari anche ben grande e visibile. Normalmente questo genere di calendari riscuote poco successo: meglio allora posizionare il marchio non troppo in grande a lato in fianco al vero e proprio calendario.

**Conclusioni**

Se questo articolo avrà successo, in futuro ci ripromettiamo di affrontare analogamente problemi inerenti a lavori da considerarsi in qualche maniera «stagionali». Speriamo per ora di avervi potuto aiutare a risolverne un paio, che sono senza dubbio attuali in questi mesi di fine anno.

MS