

## UN NUOVO PACKAGING PER MARCA ORO E CARTIZZE VALDO SPUMANTI

L'azienda veneta punta ad una nuova immagine per due prodotti simbolo della sua ampia offerta

Verona, 3-7 aprile 2008. Valdo Spumanti, azienda leader in Italia per la produzione di Prosecco e Spumante – con una quota di mercato a valore del 15,4% – rivisita l'immagine di due suoi prodotti di punta per il canale della Grande Distribuzione Organizzata, ovvero il **Marca Oro Prosecco di Valdobbiadene V.S.Q.P.R.D.** e il **Valdobbiadene Superiore di Cartizze.**

L'obiettivo del restyling è rinnovare e attualizzare la vestizione senza comprometterne la riconoscibilità e, contemporaneamente, attuare una profonda procedura di pulizia e affinamento degli elementi presenti, a favore di una maggiore chiarezza e di una più elevata percezione valoriale da parte del consumatore.

Sia per il Marca Oro che per il Cartizze, la direzione verso la quale l'azienda ha voluto puntare è stata quella del raggiungimento di una maggiore essenzialità nella struttura, ricercata e ottenuta attraverso l'adozione di un font più immediato ed essenziale, e di una maggiore preziosità ed esclusività grazie all'introduzione di una lamina oro intorno all'etichetta e al riposizionamento dello stemma/simbolo rappresentato dai grifoni, che viene avvicinato al logotipo Valdo.

Per il Marca Oro, in particolare, è stata introdotta la dicitura "di Valdobbiadene" in collareta, per valorizzare tradizione e territorialità e conseguente garanzia di provenienza delle uve, uno dei punti di forza dei prodotti a marchio Valdo Spumanti. Valdobbiadene è infatti la zona di riferimento per eccellenza degli spumanti prosecco. Inoltre, per ottenere un maggiore impatto estetico, la fascia bruna su cui è riportato il logotipo occupa ora uno spazio maggiore.

Per quanto riguarda il Cartizze, invece, per prima cosa va segnalato che è stata adottata una nuova denominazione di legge: "Valdobbiadene Superiore di Cartizze", che va a sostituire "Prosecco di Valdobbiadene Superiore di Cartizze". Come per il Marca Oro, la parte scura dell'etichetta diventa più rilevante, sottolineando così l'importanza del marchio Valdo.

Entrambi i prodotti vengono distribuiti con dei cartoni personalizzati, in modo da aumentarne l'esclusività e renderli riconoscibili già a partire dalla loro confezione esterna. Nulla è lasciato al caso e ogni dettaglio contribuisce a costruire l'immagine di Valdo Spumanti.



In sintesi, i codici di lettura per i nuovi packaging:

VALORE COMUNICATO	NUOVA IMMAGINE
<b>Essenzialità</b>	Sostituzione del font e adozione di un lettering più leggibile e di maggiore impatto visivo
<b>Esclusività</b>	Introduzione di una lamina d'oro attorno all'etichetta
<b>Istituzionalità</b>	Maggiore visibilità del marchio aziendale Avvicinamento simbolo grifoni a logotipo Valdo
<b>Riconoscibilità</b>	Grafica dei cartoni personalizzata con coordinamento immagine packaging prodotti