Bellifolli, vini leggeri e brillanti per conquistare i millennials

gruppo-bellifolli-1-6e2ef8f1

Si chiama **Bellifolli** ed è il nuovo progetto di **Valle Dell'Acate**, azienda siciliana da sei generazioni nel mondo del vino, presentato, in anteprima, a Palazzo Serbelloni a Milano.

Una **linea di vini brillanti** nata da una riflessione fatta in seguito al successo del **Frappato** in Italia e nel mondo: un vino fresco, leggero. Un rosso da abbinare anche al pesce che sta in buona compagnia con tante cucine internazionali. E che piace ai giovani. Bellifolli sintetizza il carattere e i contrasti siciliani: la bellezza e la follia, la luce e l'ombra, il mare in burrasca e la camera dello scirocco che ha trovato la sua veste identitaria in una delle meraviglie dell'isola siciliana, il Barocco.

"Da bambina camminavo per le strade delle nostre città protetta dai mascheroni che esplodono dall'alto dei palazzi. Noi siciliani ci conviviamo da secoli, sono parte della nostra quotidianità. Raccontano, mormorano, osservano – commenta **Gaetana Jacono**, titolare di Valle Dell'Acate. –Interbrand, la principale brand consultancy a livello globale, ha saputo interpretare questa nostra intuizione con sapienza utilizzando un codice contemporaneo. Ecco quindi quattro vini – **Syrah, Nero d'Avola, Insolia, Grillo & Chardonnay** - meravigliosamente siciliani che hanno ottenuto sui giovani l'effetto di stupore e apprezzamento che speravamo".

Quattro volti, quattro caratteri, quattro storie. Il rosso rubino con sfumature violacee e i sentori dei frutti neri del Syrah sono raccontati attraverso un volto gioviale e scanzonato che affronta ogni giorno con un sorriso aperto. Fruttato, intenso con note piacevoli di fieno ed erbe aromatiche sprigiona un sapore ricco, aromatico e suadente. Il volto vigoroso, quasi animalesco, racconta la storia del Nero D'Avola fatta di sapori intensi e intriganti. Un vino vellutato e armonico con note piacevoli di piccoli frutti rossi. Agrumi, gelsomino e il tipico colore giallo verdolino dell'Insolia hanno ispirato una maschera rassicurante e serena, che rimanda a concetti quali fragranza ed equilibrio. Infine, le fattezze sicure e solari che identificano il Grillo & Chardonnay riflette la struttura soave di un vino fruttato, intenso, con sentori di mela e frutta esotica.

L’identità di Bellifolli, sviluppata da **Interbrand**, è sorprendente: intrisa di tradizione, esprime contemporaneità e leggerezza attraverso un armonioso utilizzo del colore e del contrasto. Una tipografia elegante, le cui linee si ispirano ai caratteri progettati in Italia da **Giambattista Bodoni**, completa l’identità dei nuovi vini.

“Sono orgogliosa di presentare Bellifolli, un progetto che rappresenta la volontà di Valle Dell’Acate di rinnovarsi e che va nella direzione dei **Millennials**, un pubblico giovane che ama bere vini leggeri, da degustare con gli amici per l’aperitivo, in enoteca, al ristorante oppure a casa in famiglia - dichiara Gaetana Jacono. - La loro cultura enologica è in forte crescita ma sono anche molto attratti dall’immagine e dal packaging accattivante. Da qui l’esigenza di un ringiovanimento che non dimentica di valorizzare e reinterpretare la cultura secolare barocca siciliana, patrimonio Unesco, i vitigni internazionali che trovano la loro dimora in Sicilia, la passione e la convivialità italiana”.

“Siamo molto lieti di avere inaugurato questa collaborazione – afferma **Manfredi Ricca**, Chief Strategy Officer, EMEA & LatAm di Interbrand - Valle dell’Acate è una realtà con straordinarie potenzialità, e ha in sé tutto ciò che occorre per crescere a livello internazionale: una storia, un luogo, una cultura e – soprattutto – lo sguardo rivolto al futuro”.

www.valledellacate.com
www.interbrand.com