Importante restyling grafico per Punch Barbieri

PUNCH BARBIERI si rinnova, con un restyling della propria veste grafica, per continuare ad affermare la propria leadership. Il Punch Italiano, attraverso il suo nuovo look, mostra un deciso e studiato cambio di passo, allargando i suoi confini e parlando a nuove generazioni. Il restyling è firmato Robilant&Associati, agenzia milanese Leader nel design e consulenza d'immagine di prodotto, che ha tradotto l'esigenza di cambiamento di PUNCH BARBIERI in un visual moderno, elegante e capace di adattarsi al rinnovamento di gusti e forme di consumo in corso.

"Dopo l'acquisizione del Brand PUNCH BARBIERI dal Gruppo Campari - dichiara **Massimiliano Strini**, Direttore Marketing di Distillerie Moccia - *abbiamo ritenuto fosse necessario e strategico studiare una nuova veste grafica in grado di proiettare PUNCH BARBIERI nel futuro e dargli un posizionamento forte e preciso. Viviamo, infatti, in un mondo in continuo cambiamento ed i nostri brand devono obbligatoriamente stare al passo, rinnovandosi e migliorandosi per continuare ad affermare la loro leadership."*



IL RESTYLING DI PUNCH BARBIERI

L'etichetta frontale perde i suoi elementi "chiassosi" e si scopre elegante ed essenziale. Una texture di linee oro e rame inquadrano infatti un corpo centrale che racchiude ed esplicita in modo chiaro i Plus del prodotto quali italianità, autenticità e unicità delle materie prime utilizzate. La scelta poi di utilizzare

tecniche di stampa come lamine e rilievi arricchisce il visual e, impreziosendolo, evoca premiumness e leisure. Il logo FRATELLI BARBIERI si affina e si compatta, e, complice la stampa in rilievo e lamine, porta in primo piano il Brand conferendogli maggiore eleganza e forza. Il blu del tappo poi diventa più brillante, rendendolo più coerente ed omogeneo con quello del logo. La retro etichetta, in aggiunta alle consuete informazioni tecniche, presenta le modalità di consumo del prodotto attraverso forme moderne e contemporanee. Mille particolari studiati con meticolosa abilità che confluiscono in un’unica immagine che traghetterà la Marca da un passato classico ad un futuro caratterizzato da rinnovamento ed apertura verso nuovi scenari.