Bertagnolli, nuova silhouette per le sue 5 Gran Riserve

vinitaly-2015-restyling-gran-riserve-bertagnolli-decem-riserva-10x10-7bf2afea

Per celebrare il 145° Anniversario, Bertagnolli, storica trentina, presenta il restyling delle Gran Riserve, grappe premium che hanno destato grande interesse e ammirazione da parte di consumatori ed opinion-leader del mondo wine&spirits. Design innovativo, etichette eleganti, antiche ricette riscoperte, nuovi orizzonti. Un blend per presentare un modo alternativo di amare la ??grappa nei cocktail e nell'alta cucina.

Dopo l'importante restyling delle grappe classiche e dell'immagine corporate realizzato nel 2014, la più antica distilleria di famiglia del Trentino, in occasione del suo 145° Anniversario, ha quindi presentato a Vinitaly 2015 la nuova immagine delle Grappe Gran Riserva. Prodotti premium sia in termini di qualità sia per profilo del gusto, le 5 Gran Riserve Bertagnolli ripropongono in nuove confezioni e ricette la grande tradizione trentina in fatto di grappa.

[caption id="attachment_75596" align="alignleft" width="206"]Martina Bosetti Martina Bosetti[/caption]

Una caraffa tronco-conica a ricordare la forma vetro delle grappe classiche, una silhouette compatta dai contorni ergonomici ed armoniosi, un elegante elemento decorativo in rilievo che la avvolge. «Abbiamo voluto creare una bottiglia che raccontasse la storia di Bertagnolli, la sua importante eredità culturale e l'unicità dell'antica arte della distillazione, ma che al contempo fosse straordinariamente contemporanea ed innovativa. Così è nata la nuova caraffa, che si trasforma in preziosa scultura grazie alla presenza di un elegante disegno in rilievo che rappresenta una porzione stilizzata dei tratti decorativi dello storico scudo Bertagnolli», afferma Martina Bosetti, quinta generazione della famiglia Bertagnolli che ha seguito il progetto di restyling grafico realizzato dall'agenzia Robilant Associati di Milano.

Il design delle etichette, ancora una volta, si ispira allo scudo Bertagnolli: «Quest'elemento iconico e distintivo della nostra famiglia, a questo punto, non solo è presente trasversalmente su tutta la gamma

prodotti, dal classico e popolare Grappino fino alla punta di diamante della collezione, ma ha anche guidato la progettazione dell'offerta attraverso i tre criteri: artigianalità, processo e celebrazione. Il risultato finale è un'immagine premium particolarmente pulita ed elegante», afferma Livia Bertagnolli al termine delle quattro intense giornate di lavoro a Verona.

Le classiche ricette aziendali sono state perfezionate; la collezione presenta Grappe Riserva sia in purezza che blend, con invecchiamenti a partire da 24 mesi e fino a 10 anni in barriques di pregiati roveri francesi: Ama, Grappa Riserva di Amarone della Valpolicella, e Decem, Grappa Riserva di Teroldego Trentino, rappresentano il criterio "Processo"; mentre le "Celebrative" sono 1870 Grappa Riserva, dedicata all'anno di fondazione della storica distilleria, e Mos Ros Brandy, acquavite di vino Moscato Rosa.

L'offerta è stata infine arricchita con la reintroduzione di quello che fu un best-seller fino alla fine degli Anni '60, poi abbandonato: GiBi Grappa+Brandy, antica ricetta della storica distilleria, blend di grappa invecchiata e brandy invecchiato in barriques. Emblema dell'artigianalità, GiBi si presenta con un'etichetta materica in stile filigrana dove prevalgono le nuance del bianco e, grazie alla sua delicatezza e alle sue note fresche e speziate, risulta essere sia il prodotto ideale per chi si avvicina per la prima volta al mondo della grappa, sia l'ingrediente perfetto per la miscelazione.

[caption id="attachment_75597" align="alignright" width="300"]Livia e Beppe Bertagnolli Livia e Beppe Bertagnolli[/caption]

«Bertagnolli è infatti sempre più orientata verso target alternativi e nuovi orizzonti. In risposta alle esigenze di un mercato in evoluzione, sempre più giovane e curioso, occorre sviluppare proposte di consumo divertenti, innovative ed esperienziali», dichiara Beppe Bertagnolli che, assieme alla cugina Livia trasmette al mondo l'antica tradizione di questa Grappa. «Da qui l'idea di introdurre la nostra grappa nei cocktail e nell'alta cucina italiana: quest'unico distillato made in Italy ha tutte le carte in regola e le ideali caratteristiche tecniche ed organolettiche per rivelarsi un interessantissimo ingrediente per chef e bartender - prosegue Martina -. L'abbiamo già sperimentato e la prima serata di presentazione di ?#?HollyPOP? Grappa (in)fusion, tenutasi a Trento, ha riscosso un tale successo che stiamo pensando di esportare il format della serata in tutt'Italia. Abbiamo proposto un modo alternativo di amare la ??grappa ed è subito diventata glam; in fondo anche la grappa sa essere giovane e alla moda».

E per i prossimi mesi? «Prepareremo la prima vera campagna di advertising e coinvolgeremo grandi professionisti dell'arte della mixology: scelte strategiche per promuovere un bere consapevole, oltre che responsabile, e per accrescere sempre più la curiosità della giovane clientela».