

HUB09 LANCIA “PIACERE, NARDINI” PER IL RESTYLING DELLA PRIMA GRAPPA D’ITALIA

L’agenzia specializzata in social media e branding ha sviluppato la campagna di lancio del nuovo packaging delle Grappe di casa Nardini. Distillati iconici, frutto di un’esperienza di oltre 240 anni, che si presentano sul mercato con un look completamente rinnovato, strizzando l’occhio anche a un pubblico più ampio e internazionale. Per questo HUB09 ha dato vita al manifesto “**Piacere, Nardini**”: un modo per raccontare l’essenza del brand, presentandosi con rinnovato entusiasmo a chi da sempre apprezza Grappa Nardini e anche a chi ancora non conosce l’affascinante mondo della prima grappa d’Italia.

Il manifesto è protagonista di tutti i materiali istituzionali, dalle couvette e brochure per i buyer ai folder e special box destinati invece ai bartender. Per rappresentare lo Spirito Sorprendente di Nardini, HUB09 ha dato vita a un video molto dinamico, dal ritmo incalzante e contemporaneo, che celebra il restyling, esaltando la nuova bottiglia. Il video è protagonista anche della campagna digital e social, insieme a una serie di contenuti che sfruttano i formati disponibili per Facebook e Instagram, con particolare attenzione alle Stories. Il reparto media dell’agenzia si è occupato della strategia sui canali social, in un approccio data driven utile per la creazione dei diversi post. Insieme alla campagna digital, l’agenzia si è occupata della campagna stampa dedicata al trade e presente sulle più importanti riviste di settore, alla quale seguirà nei prossimi mesi la campagna stampa rivolta ai consumer.

«Distilleria Nardini è davvero una eccellenza italiana - spiega Diego Braghin, direttore creativo di HUB09 - ed essere al suo fianco in questo momento storico è per noi un motivo d’orgoglio. Un progetto che rispecchia completamente le due anime della nostra agenzia, perché ha coinvolto sia il reparto branding, con lo studio di tutti i materiali di comunicazione istituzionali e di quelli dedicati al punto vendita, sia l’area digital, con la creazione di tutti i contenuti per il lancio, a partire dal video hero. Dopo un anno di lavoro sui canali social del brand, questa campagna integrata è la conferma di quanto la conoscenza reciproca e l’entusiasmo possano rendere ancora più speciale la collaborazione agenzia-azienda».

Creative Director: Diego Braghin

Strategic Planner: Giulia Quattrocchio

Social Media Manager: Alice Maccario, Fiorella Tarantino

Art Director: Franco Racioppo, Elia Pittavino

Video Editor: Pietro Mezzano

Designer Director: Ernesto Giacomelli

Designer Production: Marco De Bernardis

Media e Data Analyst: Edoardo D’Alessandro

Client Manager: Ilaria Dogliotti, Angela Sannicandro