

## HUB09 FIRMA LA CAMPAGNA STAMPA GRAPPA NARDINI

HUB09 porta la prima distilleria d'Italia sui quotidiani nazionali.

La campagna consumer ha l'obiettivo di rivolgersi a un target ampio, composto non solo da chi conosce da sempre Grappa Nardini ma anche da un pubblico più giovane, aperto a scoprire nuovi momenti di consumo del prodotto in miscelazione.

Tradizione e sperimentazione si uniscono per rappresentare le tante anime di Grappa Nardini, una marca leader che da oltre 240 anni non ha mai smesso di innovare e di sorprendere il mercato.

La headline OGNI VOLTA TI SORPRENDE esprime chiaramente questa promessa, suggerendo la convivenza di situazioni diverse, sempre complementari. Il visual rappresenta proprio le molteplici anime del prodotto, attraverso due foto che si incontrano per dare massima centralità alla nuova bottiglia.

Nasce così una multisoggetto capace di mettere in mostra tutti i "lati" di Grappa Nardini: l'arte distillatoria e la degustazione, la bevuta liscia e la mixology, il tradizionale dopo pasto e un brindisi in un lounge bar.

«Abbiamo sintetizzato l'universo Nardini in 5 soggetti – spiega Diego Braghin, Direttore Creativo HUB09 – che racchiudono la particolare *attitude* di un brand profondamente legato alla sua tradizione, ma allo stesso tempo proiettato nella contemporaneità. Non a caso abbiamo realizzato lo shooting nei due locali che esprimono al meglio questa doppia anima: la storica Grapperia sul Ponte di Bassano e il moderno Garage Nardini, dove la Grappa dà vita a contaminazioni che spaziano dalla mixology al food pairing. Conoscere il prodotto, viverne i luoghi simbolo, toccare con mano questa realtà ci ha aiutato a comprendere a fondo il tessuto Grappa Nardini e a farlo vivere nella nuova campagna. Un approccio molto "autentico", che utilizza come ambassador anche il Mastro Distillatore, lo storico Banconiere della Grapperia e un bartender come Samuele Ambrosi, fermo sostenitore dei cocktail a base Grappa».

«Siamo orgogliosi di questo progetto – continua Franco Racioppo, Senior Art Director HUB09 – perché siamo riusciti a esprimere visivamente le diverse anime del prodotto, facendo convivere font diversi, suggestioni del passato e atmosfere contemporanee, elementi storici e luci neon. Un mix che risulta sempre armonico, proprio come l'aroma intenso di Grappa Nardini».

La campagna prevede formati ad alto impatto pianificati da RCS media su Corriere della Sera e Gazzetta dello Sport per 5 settimane. Saranno inoltre realizzati flight digital e declinazione sui canali social, sempre a cura di HUB09.

Creative Director: Diego Braghin  
Art Director: Franco Racioppo, Pietro Mezzano  
Copywriter: Alice Maccario, Fiorella Tarantino  
Designer Production: Marco De Bernardis  
Scatti fotografici: Studio Perazza  
Client Manager: Ilaria Dogliotti, Angela Sannicandro