

I NOSTRI BRAND SI VESTONO DI NUOVO

Restyling completo per le etichette Duca di Salaparuta, Corvo e Florio

OUR BRANDS GET A NEW LOOK

A total makeover for the Duca di Salaparuta, Corvo and Florio wine labels



L'innovazione di un brand passa anche attraverso la sua immagine: per questo è stato completato di recente il restyling di molte **etichette Corvo, Florio e Duca di Salaparuta**. Un'evoluzione d'immagine nel segno della modernità, mantenendo l'iconicità dei diversi marchi e la riconoscibilità storica, per esprimere l'unicità di questi vini a partire dal loro impatto visivo, incontrando i gusti del consumatore contemporaneo.

*Brand innovation is also very much about brand image. That's why many of the **Corvo, Florio and Duca di Salaparuta labels** recently got a complete makeover. Now while preserving iconic appeal and longtime recognizability, brand image is evolving in the spirit of modernity. All to express the uniqueness of these wines, from visual impact on, and so meet the tastes of today's consumers.*

I **vini Corvo** si vestono ancora una volta di **eleganza**, rinnovandosi nel segno della tradizione, attraverso un'etichetta dalla forma assolutamente particolare, che ricorda uno stemma e mette in risalto l'innovativo segno grafico rosso.

Classico dal 1824, con questa etichetta Corvo si avvicina a nuovi target di consumatori e si prepara a scrivere una nuova pagina della sua storia.

Per **Glicine**, prodotto "easy" e fresco, sono state scelte forme e colori trendy, **morbidi** e **avvolgenti**. L'etichetta è attraversata da un'onda in varie sfumature, tono su tono, impreziosite da una trasparenza, che rende particolare e **moderna l'etichetta**. Un nuovo look che rende queste bottiglie protagoniste perfette per un **aperitivo** o una cena giovane tra amici, da condividere sui social.

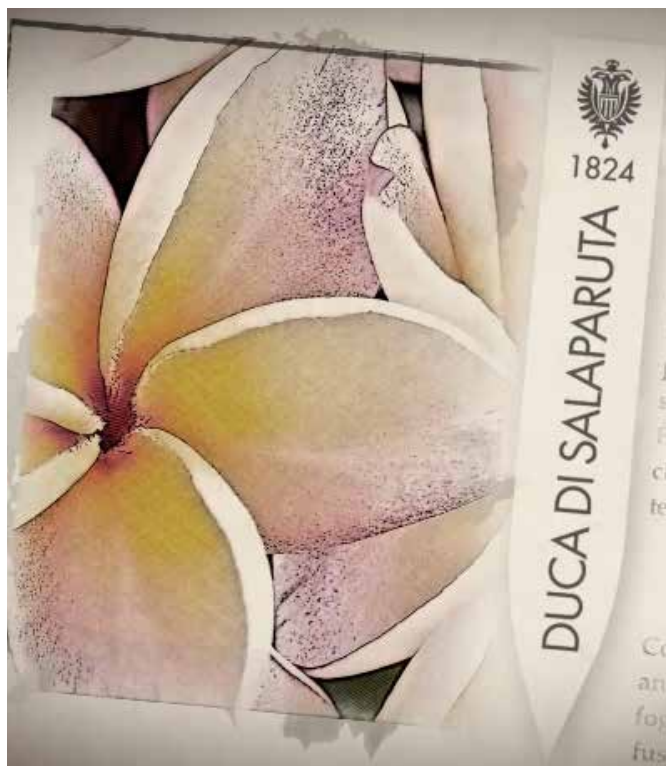
*Once again **Corvo wines** reveal an innate **elegance**, finding renewal in an appreciation for tradition through a label in an uncommon crest-type shape that highlights the innovative red graphic symbol.*

*A **classic since 1824**, as the label so reads, Corvo thus aims to reach new target audiences and to keep making wine history in the process.*

*For **Glicine**, a fresh easy product, the new label captures a contemporary sense of style thanks to the use of **soft, enticing** shapes and colors. What makes for a unique and **modern** twist is the ripple pattern in various tone on tone shades, complete with precious*



*transparence, all across the label. This new look gives these bottles what it takes to catalyze attention during **happy hour** or a dinner among young friends, to then share on social media.*



Anche la gamma **Irmàna** cambia look e comunica in modo chiaro l'importanza della presenza dell'uomo in vigna. Grazie all'utilizzo sapiente dei colori, di una carta dalla texture naturale e grazie ai delicati disegni a matita in etichetta, la bottiglia di Irmàna racconta con eleganza semplice un mondo fatto di cielo e terra, di sole e vento, che ogni giorno ospita gli uomini di Corvo. Per i **marsala Florio** invece l'elemento protagonista diventa ancor più l'**icona del leone**, resa essenziale nei tratti e monocromatica, come un timbro, a certificazione della storia e della qualità di questo vino. L'immagine è stata declinata in tre diverse cromie, per identificare i tre prodotti di gamma, Terre Arse, Targa e Oltre Cento. Anche le referenze di **Duca di Salaparuta** come Colomba Platino, Le Tenute, Le Icone e Oniris, sono state valorizzate da questo intervento di restyling, per rendere davvero completa la **nuova immagine** della famiglia.

The **Irmàna** range of wines gets a new look, too, along the way clearly conveying the importance of man's presence in the vineyard. Thanks to the artful use of color, natural texture paper and delicate pencil drawing in redesigning the label, the Irmàna bottle talks with simple elegance about a world made up of sky and earth, sun and wind, a world every day embracing Corvo men. Instead for **Florio marsala**, the **iconic lion** - now in an essential monochrome form, as if a seal stamp certifying the history and quality of this wine - becomes all the more of a protagonist. It comes in three different hues, to identify the three products in the range: Terre Arse, Targa and Oltre Cento.

As for the **Duca di Salaparuta** wines, such as Colomba Platino, Le Tenute, Le Icone and Oniris, they likewise got a fine restyling. To make the **new family image** truly complete.



In particolare, i vini della Linea Calanica cambiano pelle e scelgono il monovitigno. Dedicati ad un pubblico moderno e consapevole, alla ricerca di prodotti dalla personalità definita, questi vini portano in etichetta la lussureggiante ricchezza della natura siciliana: la leggerezza del Falco Pellegrino e della farfalla, il profumo speziato dei fiori di Pomelia, le suggestioni marine dei pesci e dei ricci. Anche il design delle etichette quindi si modifica per comunicare la profonda identità territoriale di questi vini e il loro carattere fresco e contemporaneo.

Un rinnovamento in **grande stile** che trasversalmente ai vari brand si rivolge al futuro, con un intento comune: far conoscere l'**eccellenza** di questi vini a sempre più consumatori, in Italia e nel mondo.

In particular, the wines in the Calanica line switch styles and go single-varietal. Devoted to a modern, savvy audience looking for products with a distinct personality, these wines show off on the label the luxuriant beauty of nature in Sicily: the levity of the peregrine falcon and the butterfly, the spicy fragrance of the frangipani or Pomelia blossom, the evocative marine world of fish and sea urchins. So even the design of a label can change, to communicate the deep territorial identity and at the same time the fresh, contemporary character of these wines.

*It's a renewal in **grand style** which, cutting across the various brands, sets sights on the future with a sole intent: to have more and more consumers, in Italy and around the globe, become familiar with the **excellence** of these wines.*



IL RE DEI MARSALA.



CANTINE

FLORIO
1833