Importante restyling al packaging del Vecchio Amaro del Capo

bottiglia-low-vac-57f54890

Il Vecchio Amaro del Capo, liquore d’erbe di Calabria, oggi leader nel campo dei digestivi alcolici, si presenta con un look rinnovato ma nel segno della tradizione, preparandosi ad affrontare i mercati internazionali con la sua elegante ed unica bottiglia.

Il liquore, ottenuto dall’infusione di 29 botanicals, principalmente pregiate erbe, fiori, frutti e radici della generosa terra di Calabria lavorati rigorosamente nello storico stabilimento calabrese della Distilleria Caffo dove è nato ed, insieme alle dimensioni aziendali, è cresciuto in popolarità e distribuzione fino a diventare un prodotto cult, ricercato ed inimitabile, si rinnova curando maggiormente alcuni dettagli della sua confezione per venire incontro alle esigenze dei consumatori e dei barman. Quello che si nota a primo impatto è la rinnovata forma della bottiglia realizzata dalla Vetreria Piegarese, dove i laterali diventano ancora più affusolati consentendo una presa migliore oltre che trasformando la storica bottiglia in un oggetto di design che enfatizza l’alta qualità del prodotto principale di un’azienda che ha superato i 100 anni di attività.

Anche il tappo cambia, studiato appositamente per resistere alle basse temperature senza problemi (il Vecchio Amaro del Capo va bevuto a -20 gradi), sigillando perfettamente la qualità del suo prezioso contenuto, grazie ad una doppia valvola di garanzia munita anche di sistema anti rabbocco. Questo importante elemento è stato realizzato in Italia in collaborazione con la Guala Closures, leader mondiale nella produzione di chiusure per superalcolici.

373d7a5c10ed44cabf2a86b39c8cf6ceIl logo della distilleria, rinnovato con l’aggiunta dell’anno di fondazione, è in rilievo sul vetro del retro della bottiglia, mentre il logo del prodotto lo si trova in rilievo su entrambi i lati contribuendo ad aumentare la presa evitando che il prodotto scivoli anche quando viene servito ghiacciato. Non può mancare sul fronte, sopra l’etichetta il classico motto aziendale “Semper ad Maiora” che è stato mantenuto nel segno della continuità. Tutte caratteristiche che contraddistinguono lo stile raffinato del Vecchio Amaro del Capo e la forte identità che da sempre

caratterizza il brand.

L’etichetta, infine, realizzata con l’uso di carte pregiate resistenti all’umidità, presenta un lieve restyling dell’illustrazione che mette in risalto il promontorio di Capo Vaticano, meravigliosa località turistica calabrese da cui il prodotto trae origine, oltre ad essere stata adeguata alla nuova forma. Anche la nuova retro etichetta è stata curata nei minimi dettagli, perfettamente centrata rispetto ai loghi grazie alle nuove attrezzature di confezionamento installate da poco nel moderno ampliamento dello stabilimento calabrese. Valori aggiunti che esaltano la qualità di sempre.

Un progetto curato in tutti i dettagli dal designer Manolito Cortese e da Sebastiano Caffo, che con questo lavoro consolidano ben 20 anni di collaborazione. Non un cambiamento radicale, ma delle effettive e concrete migliorie, tutte Made in Italy, che confermano la filosofia racchiusa nell’antico motto : “Semper ad maiora”.

www.caffo.com