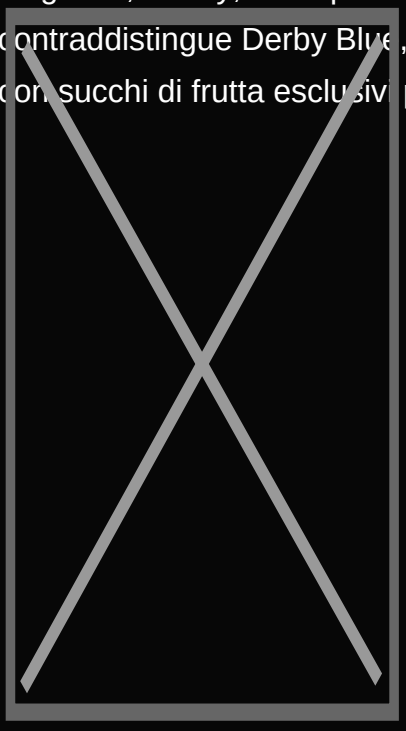
Derby Blue, il nuovo sito web dallo stile anticonformista

frutti-rossi-db-b0718378

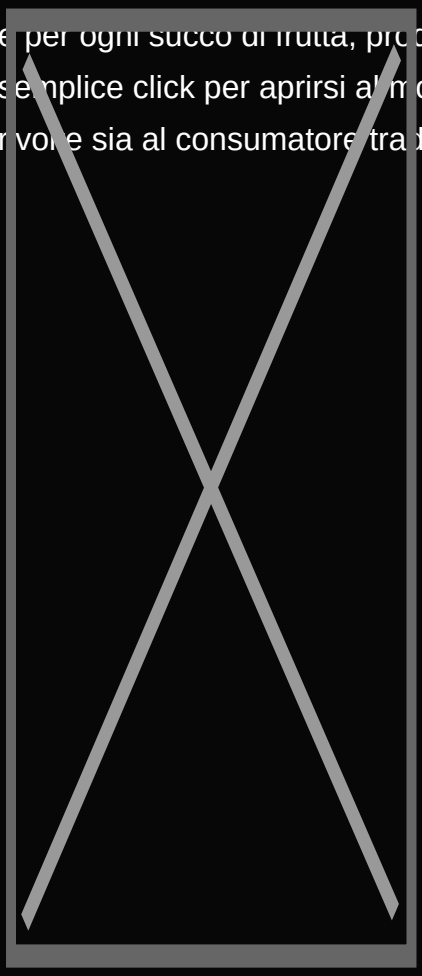
Originale, trendy, dirompente. In una parola, unconventional. Da sempre è questo il mix speciale che contraddistingue Derby Blue, il brand di Conserve Italia che continua ad attrarre i consumatori italiani con succhi di frutta esclusivi per tipologia e stile.



Da pochi giorni è online il sito web www.derbyblue.it, un nuovo portale trendy, colorato e social-oriented che conferma i caratteri unici e irripetibili di un marchio capace di distinguersi per la sua narrazione non convenzionale e innovativa. Profondamente rinnovato con un restyling che ne aggiorna ogni sezione, il sito di Derby Blue è stato realizzato evidenziando la peculiarità del brand e una gamma di prodotti unici e speciali. Cuore pulsante di questa vetrina è il nuovo look della celebre bottiglietta blu da 200 ml, che in occasione dei 20 anni di storia (e del traguardo di un miliardo di bottigliette vendute) si è presentata sul mercato con una scelta davvero unconventional: niente più immagini di frutta in etichetta, solo parole e colori per raccontare il

contenuto del succo. Non una contraddizione, ma una precisa scelta di marketing, coerente con la strategia di un brand giovane, dinamico e un po' fuori dalle righe.

Dal canale Horeca, dove la bottiglietta blu da 200 ml la fa da padrone, fino alla gamma di prodotti per il canale Retail, il nuovo sito di Derby Blue propone un'immagine con breve descrizione per ogni linea e per ogni succo di frutta, prodotti ideali per una pausa rigenerante o un cocktail inebriante. Basta un semplice click per aprirsi al mondo Derby Blue e a tutte le informazioni dettagliate sulle referenze, rivolte sia al consumatore tradizionale che al barman professionista.



Una sezione ricca del sito è dedicata alla storia del marchio che muove i primi passi a Bologna alla fine degli anni '40; partendo dai celebri spot in bianco e nero di Vitaccia Cavallina e dai caroselli vintage, e passando per l'innovazione della bottiglietta blu, si arriva fino ai giorni nostri con un percorso scandito da tappe ed eventi, senza dimenticare un riferimento finale alle numerose limited edition che hanno caratterizzato le scelte del brand per il canale Horeca.
Il richiamo del sito alla pagina Facebook riporta ai contenuti presenti nel social network, dove Derby Blue ha creato una community di riferimento con la quale interagisce e dialoga quotidianamente, coinvolgendo gli utenti con iniziative sempre dal carattere unconventional tipico del brand.

Il restyling del portale è stato curato dall’agenzia di comunicazione SDB Stile di Bologna.