Corvo personalizza la bottiglia e Duca Enrico in limited edition

cantine-duca-enrico-a841064a

Limited Edition Duca Enrico - 30 anniDuca di Salaparuta, la casa vinicola del gruppo Illva Saronno, festeggia i trent'anni di Duca Enrico con una limited edition realizzata in collaborazione con gli studenti del Corso di Laurea in Design del Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design.

Creato nel 1984 Duca Enrico è il primo Nero d'Avola in purezza nella storia dei vini siciliani, che ha contribuito a rendere famoso il vitigno a bacca nera più diffuso della Sicilia le cui reali potenzialità, ancora negli anni Ottanta, non erano riconosciute e pienamente valorizzate. Per festeggiare i suoi primi trent'anni è stata creata una limited edition selezionando tre annate simbolo per ciascun decennio: 1987, ancora fresca e complessa, 1997 elegante, dai profumi intensi e l'annata 2008 che fa presagire un vino destinato alla longevità. Con gli studenti del Politecnico di Torino è sta creata un packaging costituito da una struttura leggera, realizzata in un unico blocco di policarbonato trasparente e sorretta da quattro barre in argento brunito, nella quale le bottiglie sono poste capovolte e sembrano quasi sospese.

Oltre a questa iniziativa per festeggiare uno dei suoi vini di eccellenza, la casa vinicola siciliana ha dedicato alla linea dei ditelocconcorvovini Corvo (Bianco, Rosso e Glicine) una iniziativa promozionale incentrata sulla personalizzazione. In più di trecento punti vendita sarà possibile scegliere di personalizzare la propria bottiglia di Corvo (uno dei rari brand del settore vinicolo), con uno dei sei messaggi prestampati disponibili: "Ti voglio bene", "Stasera cucino io", "Alla cuoca migliore", "Al cuoco di casa", "Facciamo pace" e uno sticker bianco tutto da personalizzare, staccare e allacciare al collo della propria bottiglia per fare una sorpresa a mogli, fidanzati, mamme e amici. Negli ipermercati e superstore di tutta la penisola più di 1.000 espositori con 150 sticker ciascuno sono a disposizione dei clienti.