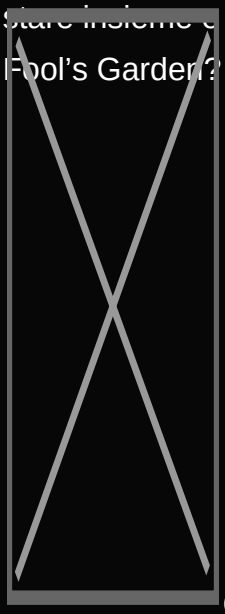
Un nuovo look per Limoncè

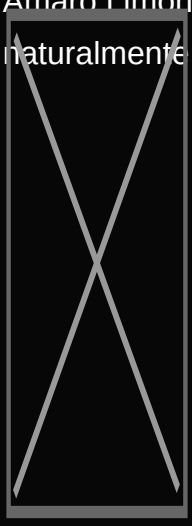
limonce-tradizionale-3d-front-5e65dedf

Limoncè, il limoncello più venduto al mondo di casa Stock Spirits Italia, rinfresca l’immagine di marca di tutta la linea, mantenendo la ricetta di sempre e la tradizione dal cuore italiano. Limoncè, in oltre 35 anni di storia, ha saputo distinguersi nel mercato del dopo pasto conquistando una leadership assoluta nei limoncelli e nel cuore dei consumatori e facendosi portavoce di valori come la gioia dello stare insieme e la convivialità. Chi non ricorda le leggendarie pubblicità al ritmo di “Lemon Tree” dei Fool’s Garden?



Grazie alla collaborazione con FutureBrand, network globale di brand strategy e design, l’immagine di marca di Limoncè ha compiuto un’evoluzione senza tuttavia perdere di vista i suoi valori e il suo DNA. Il risultato è una brand identity caratterizzata da dettagli eleganti, colori contemporanei e armonici, elementi emozionali, che, mescolati tra loro, traghettano Limoncè in una dimensione fresca e solare propria della marca con un tocco di premiumness in più. L’elemento caratterizzante dell’etichetta è il nuovo claim“cuore italiano”, che strizza l’occhio sia al limone protagonista al centro del logo, sia all’italianità di Limoncè, prodotto esclusivamente con limoni di Sicilia.

La trasformazione riguarda l’intera linea Limoncè composta da prodotti tra loro complementari che offrono diverse occasioni di consumo nel dopo pasto: Limoncé tradizionale per chi ama il digestivo al limone tipico della tradizione italiana; Crema di Limoncé per chi vuole concedersi un momento al limone più goloso, magari da accompagnare alla frutta o al gelato anche come guarnizione; infine Amaro Limoncé per chi ama i sapori delle erbe, tipiche dell’amaro, ma con un tocco al limone, naturalmente di Sicilia.



“Limoncè ha una ricetta universalmente apprezzata e una bottiglia assolutamente iconica per cui non abbiamo dovuto fare altro che rinfrescarne l’immagine. - Ha commentato **Armando Vernazza**, Direttore commerciale e Marketing Stock Spirits Italia - *Il restyling è l’occasione per rinforzare alcuni elementi chiave del brand che abbiamo riscoperto durante questo difficile momento, come l’italianità, l’amore per la tradizione e la capacità di creare una convivialità gioiosa, solare e positiva”.*