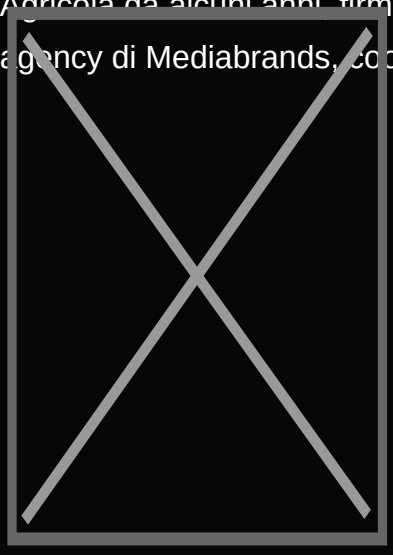
Fresco Di Masi, la nuova linea di vini biologici di Masi Agricola

frescodeimasi-ad-orizzontale-c7510430

Un ritorno alle origini, alla ricerca dell’essenza del vino minimizzando l’intervento dell’uomo sulla natura: è questa è l’idea racchiusa in Fresco di Masi, la nuova linea di vini, lavorati artigianalmente e interpreti di una rinnovata visione di sostenibilità da parte di Masi Agricola, impresa familiare da sette generazioni tra le principali realtà vitivinicole italiane.

La linea di vini dell’azienda della Valpolicella accosta i benefici del bio e del sostenibile alla tradizionale qualità e sapienza nella produzione, con estrema attenzione al benessere delle persone e del pianeta. Una sensibilità accelerata dall’impatto emotivo della pandemia che ha messo in discussione le nostre priorità e i nostri valori. McCann Worldgroup Italia, partner creativo di Masi Agricola da alcuni anni, firma la creatività del progetto digital e social mentre Reprise, la performance agency di Mediabrands, coordina la pianificazione digital.



La campagna racconta l’autenticità e la genuinità della nuova linea di vini, prodotta in modo semplice, come una volta, con la garanzia di eccellenza di Masi. Fresco di Masi Rosso Verona IGT e Fresco di Masi Bianco Verona IGT sono le due etichette. Il primo vino ha una spiccata fragranza e piacevoli note di frutta fresca, tra cui melagrana, ribes e ciliegia (quest’ultima

evidenzia l’origine veronese del prodotto) mentre il secondo conserva le note della frutta fresca, ananas e agrumi, con delicati profumi dei fiori di campo. Vini genuini ed interamente prodotti con uve biologiche, vinificate subito senza appassimento, decantati e non filtrati. Inoltre, la nuova linea è espressione dell’anima innovativa della cantina, da sempre all’avanguardia nella ricerca e nella tecnologia. Con Fresco di Masi si riscopre il piacere delle piccole cose, a partire da un bicchiere di vino di qualità, per gustare i momenti di convivialità che tanto ci mancano in questo momento.

L’innovazione dei vini si rispecchia nella campagna che va oltre la classica comunicazione di prodotti vinicoli. Infatti, i video on air sui social, ideati da McCann Worldgroup Italia, interpretano l’immagine fresca del brand con un tocco contemporaneo in cui si combinano elementi fotografici e grafici dall’impatto suggestivo che trasmettono la voglia di libertà e spensieratezza dei giovani protagonisti. Reprise si occupa della gestione e pianificazione delle campagne digital a supporto del progetto. É prevista anche una specifica campagna stampa che coinvolgerà le principali testate nazionali e alcune testate estere.