Recoaro entra nel mondo dell'aperitivo con DolceVita

20240527154935dolcevitastilllife-ebf04c03

Si chiama **DolceVita** la new entry con cui **Recoaro fa ingresso nel panorama dell'aperitivo**: sfruttando il know how accumulato nel settore dell'acqua minerale e delle bibite gassate, l'azienda ha ideato e sviluppato un **prodotto dal forte appeal**, contraddistinto da un naming accattivante e un packaging fedele alla storia del brand.

Nei mesi successivi al lancio previsto a partire da maggio, Recoaro porterà avanti una strategia di comunicazione a sostegno attraverso una **campagna integrata e geolocalizzata** con touchpoint quali adv, attività sui punti vendita, media relations e PR, influencer marketing, partecipazione a eventi sul territorio. L'obiettivo è **costruire notorietà e attrattività dell'aperitivo DolceVita** presso il consumatore finale, facendogli conoscere un prodotto **frizzante**, dal **colore aranciato** e con un **gusto piacevolmente amaro** e **leggermente alcolico.**

Con una gradazione alcolica di 7% e un nome che ricorda sia la celebre pellicola di Federico Fellini, sia un successo degli anni Ottanta di Ryan Paris, DolceVita è un **prodotto già miscelato "ready to drink"** col tipico sapore dell'aperitivo amaricato. Va **servito freddo**, con un cubetto di ghiaccio e una fetta di arancia.