Naty's: nuovo look per la gamma dei succhi monodose

schermata-2015-06-12-a-130250-4f5a115c

Naty’s cambia look ai suoi succhi monodose, che a partire da metà giugno 2015 sono distribuiti presso i principali rivenditori del canale Horeca con la graduale sostituzione dell’attuale design.

La nuova veste grafica stravolge senza dubbio l’immagine conosciuta del succo monodose Naty’s, che fino ad oggi era vestito da un’etichetta dall’aria austera che ha contraddistinto dei prodotti conosciuti per la loro impeccabile qualità.

Il nuovo design vede volutamente coinvolti alcuni tratti decisamente distintivi della linea: forma della bottiglietta, vetro verde e tappo rosso.

Lo sfondo verde dell’etichetta lascia il posto a un delicato écru e la banda rossa si sposta dalla sua storica posizione nella parte superiore del visual, per avvolgere l’elegante scudetto che riporta il nome del gusto e la denominazione d’origine della produzione Made in Italy.

E’ proprio quest’ultimo elemento centrale a costituire il fulcro della comunicazione di questa nuova scelta grafica, che imponendosi davanti al frutto ne garantisce gusto e qualità.

“Nati per il bar, da bere ovunque” il claim dei succhi da sempre conosciuti per la loro qualità Premium e originalità, la cui forza pionieristica ha imposto al mercato italiano sapori prima come il Pompelmo e poi come il Cranberry, ma anche gusti più convenzionali come il Pomodoro, famoso per essere strepitoso.

La linea monodose si compone di 13 gusti tra succhi 100%, bevande alla frutta e ovviamente i nettari.