Famiglia Santoni, parte il rebranding strategico tra tradizione e attualità

881bc4ed-eb74-4a42-88e2-970b5dc3358d

E' partito il percorso di rebranding di Famiglia Santoni, storia imprenditoriale iniziata nel 1960 a Chianciano Terme grazie alla visione di Gabriello Santoni, fondatore e maestro distillatore. Un progetto, quello della ridefinizione del marchio, che nasce per dare continuità al suo patrimonio originario, interpretandolo con un linguaggio contemporaneo e proiettandolo verso il futuro.

Elemento identitario è il rabarbaro

Gabriello Santoni Srl resta così una distilleria familiare radicata nel territorio, oggi inserita in un percorso di sviluppo strutturato, fatto di investimenti, ampliamento produttivo e rafforzamento organizzativo. Negli ultimi anni, ad esempio l’azienda ha consolidato la propria presenza sul mercato nazionale e avviato un’espansione sempre più significativa a livello internazionale,

Il progetto di rebranding è stato sviluppato in collaborazione con la prestigiosa agenzia internazionale Stranger & Stranger, riferimento nel branding per il mondo spirits e beverage. Un lavoro di ridefinizione che ha interessato identità, architettura di brand e linguaggio visivo, con l’obiettivo di valorizzare la storia dell’azienda e renderla leggibile per un pubblico globale.

Il nuovo assetto, nato dall’esigenza di dare ordine e chiarezza a una produzione cresciuta nel tempo, prevede un payoff come "Liquori Italiani", simbolo di una visione fatta di botaniche selezionate, maestria produttiva e cultura del gusto, espressa con un linguaggio attuale e riconoscibile. Elemento identitario trasversale del mondo Santoni è il rabarbaro, ingrediente storico e firma sensoriale dell’azienda. All’interno di questo percorso si colloca anche Amaro Santoni, uno dei prodotti più rappresentativi dell’azienda. Nato come interpretazione contemporanea dell’aperitivo italiano, oggi è al centro di una riflessione strategica che ne accompagnerà l’evoluzione futura. Un lavoro di affinamento che riguarda il modo in cui il prodotto si inserisce nel racconto complessivo di Famiglia Santoni e nel

dialogo con il mercato internazionale dell’aperitivo.

I quattro elementi del rebranding

La collezione Famiglia Santoni nasce con l’obiettivo di offrire una gamma completa, distintiva e immediatamente leggibile, pensata per il mondo della mixology contemporanea e per un utilizzo trasversale tra consumo liscio e miscelazione, mantenendo al centro un’identità aromatica definita, in cui il rabarbaro rappresenta l’elemento chiave.

La nuova architettura di brand si articola attorno a quattro elementi principali: **Famiglia Santoni**, identità istituzionale dell’azienda e collezione contemporanea di prodotti, espressione più attuale della visione del brand. **Gabriello Santoni**, linea che raccoglie un’ampia gamma di liquori e distillati realizzati secondo ricette e formati tradizionali. **Bar Toscana**, linea dedicata esclusivamente alle proposte analcoliche per il mondo horeca. **Casa Santoni, Maestri Distillatori**, nuova sede produttiva ed esperienziale dell’azienda Un sistema pensato per valorizzare la continuità storica, senza rinunciare a una visione contemporanea e internazionale.

I premi al Vinitaly

Famiglia Santoni - Liquori Italiani è stata premiata al Vinitaly Design Award 2026 con tre riconoscimenti assegnati a tre prodotti della collezione. Un risultato, che rappresenta un caso unico nella storia del concorso, giunto alla sua 30ª edizione, e che testimonia la solidità di un percorso di evoluzione che coinvolge l’azienda in modo trasversale: prodotto, identità, struttura e visione.

I premi assegnati sono: **Vermouth al Rabarbaro** (Black, categoria Liqueur Wines, massimo riconoscimento nella categoria); **Rabarbaro Santoni**: Silver (categoria Dark Spirits); **Gin al Rabarbaro** (Bronze, categoria Clear Spirits). l Vinitaly Design Award, promosso da Veronafiere, valorizza il packaging come leva strategica per la costruzione dell’identità dei brand e per la loro competitività nei mercati internazionali. In questo contesto, i riconoscimenti rappresentano una valutazione complessiva della capacità di un progetto di esprimere qualità, coerenza e posizionamento.

Quote

Questi riconoscimenti non riguardano solo il design, ma il lavoro complessivo che abbiamo fatto sull’azienda. Famiglia Santoni è il risultato di un percorso che parte dalla nostra storia e la riorganizza in un sistema più chiaro, più solido e più adatto a dialogare con i mercati di oggi, senza perdere la nostra identità.

Stefano Santoni, CEO dell'azienda