Restyling più contemporaneo per Campari

camparino-by-marco-curatolo-111-a59129fb

La forza di un brand si misura anche per la capacità di rinnovarsi conservando sempre i suoi valori. Campari, l’aperitivo rosso dal 1860, non sfugge a questo assioma e si è sottoposto al restyling della bottiglia. Un packaging dalla forma sofisticata ed essenziale, decorata da un nuovo profilo d’argento del logo e dalla goffratura di vetro che ne sottolineano l’eleganza

Per comunicare il carisma e la passione di Campari, l'agenzia Claessens International ha disegnato un restyling della bottiglia caratterizzato da ritocchi essenziali ma in stile contemporaneo.

Il risultato è un prodotto di design elegante: la silhouette della nuova bottiglia, infatti, ha un collo più lungo, “spalle” più slanciate e un “girovita” raffinato, mentre la goffratura di vetro dona alla bottiglia uno stile unico

Il trattamento con pellicola d’argento rinnova il logo Campari. L’etichetta più piccola e più pulita è stata progettata contestualmente alla bottiglia equilibrando stile e contemporaneità, pur mantenendo immediata la riconoscibilità di Campari. I dettagli grafici esaltano l’immagine sofisticata del brand, mentre la scritta in grassetto sulle origini milanesi afferma con vigore l'autenticità dell’icona dell’aperitivo italiano.