Tavernello, nuova immagine di marca per comunicare la qualità italiana

tavernello-rosso-4-tba-1000-sq-helicap27-86ef7ee9

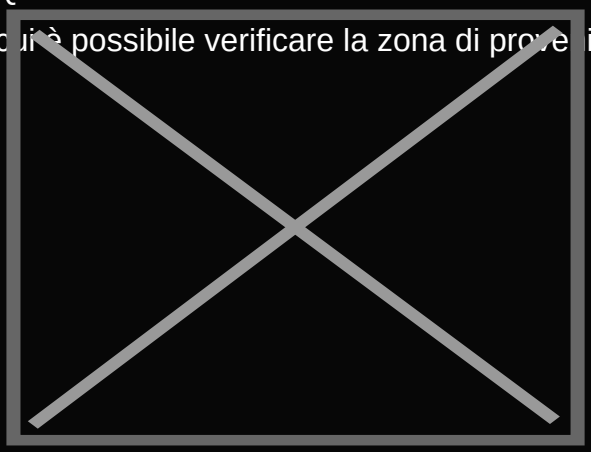
Aria di rinnovamento in **Caviro**, la più grande filiera vitivinicola d'Italia che riunisce **13mila soci viticoltori** che lavorano una superficie di oltre 37mila ettari di vigneti: il rebranding di **Tavernello**, suo marchio di punta in termini di fatturato e volumi di vendita in tutto il mondo, rappresenta un'evoluzione per l'identità di questa linea di vini e ne sottolinea l'appartenenza a una grande cooperativa agricola che, dal 1966, valorizza tutta l'uva che i propri soci le conferiscono per offrire una varietà unica di prodotti nel panorama italiano.



Tavernello è una linea di vini pensati per coloro che vogliono un buon vino per accompagnare i piatti di ogni giorno, grazie alla fresca semplicità del suo profilo di gusto piacevole ed equilibrato. **Presente sulla tavola degli italiani da oltre trent'anni**, il brand Tavernello valorizza le uve, il lavoro e l'esperienza di migliaia di soci viticoltori Caviro che coltivano vigneti in tutta Italia per offrire il meglio della loro produzione.

Tavernello porta così sul mercato del nostro Paese e del mondo il buon vino della tradizione italiana, posizionandolo nei momenti della più autentica e quotidiana convivialità, rendendolo apprezzabile da tutti per il suo **gusto leggero e semplice**. Inoltre l'offerta Tavernello è accessibile grazie al suo buon rapporto qualità/prezzo dato dai processi produttivi innovativi ed efficienti e dal controllo della filiera integrata dal vigneto alla tavola. La **genuinità del prodotto** è garantita mediante un sistema articolato

di controlli di qualità. Sempre per la totale trasparenza nei confronti del consumatore, la tracciabilità di Tavernello Brik è verificabile per ogni singola confezione, in quanto è riportato numero di lotto e QRcode che rimanda alla rinnovata sezione dedicata presente sul sito internet www.tavernello.it, da cui è possibile verificare la zona di provenienza e le Cantine produttrici di quel vino nello specifico.



Tavernello propone la sua **nuova immagine di marca**, espressione del proprio posizionamento di qualità italiana accessibile, attraverso un nuovo logo circolare che include la garanzia del corporate brand Caviro, sottolineato dall'inedita tagline "**Sincero. Buono. Italiano.**" che pone l'accento su quei valori come affidabilità, esperienza, innovazione e sostenibilità che hanno portato questo brand a essere apprezzato da oltre 4 milioni di famiglie italiane e distribuito in più di 40 paesi nel mondo.

Linee pulite nelle grafiche, chiarezza e raffinatezza del tratto, modernità nei font utilizzati, cromie delicate: il **rebranding di Tavernello** racconta sulla nuova confezione gli elementi salienti del prodotto, la connessione al territorio, la provenienza e la tracciabilità. Il restyling conduce immediatamente all'essenzialità di questo marchio di valore, scelta sicura per il consumatore sia sotto l'aspetto funzionale che emotivo.

A supporto del nuovo corso, è stato realizzato un articolato **piano di comunicazione a 360 gradi**, che prevede una pianificazione di **tv, radio, digital, cinema, carta stampata ed attività focalizzate sui social network** di Tavernello (Facebook e Youtube). In particolare, il compito di sviluppare e comunicare contenuti coerenti al posizionamento dei brand Caviro e Tavernello è stato affidato alla campagna Be Transparent di Rai Pubblicità e al suo format crossmediale "Lezioni di Etichetta", on air su tutti i canali Rai, tv, radio, digital e cinema. Tavernello, infatti, con 6 soggetti/lezioni da 30" è protagonista per tutto il mese di novembre del nuovo format di RAI Pubblicità. Ogni "Lezione" approfondisce un aspetto specifico del vino Tavernello, come la qualità, la filiera, il processo o il brik, partendo proprio dalla lettura guidata della nuova etichetta, offrendo al consumatore indicazioni dettagliate su caratteristiche e innovazioni di processo e prodotto, rispondendo al crescente bisogno di

informazione di qualità e promuovendo un consumo consapevole e responsabile.

I prodotti principali della linea Tavernello sono i vini Tavernello **bianco, rosso e rosato** che sono blend ottenuti da più vitigni, tutti italiani, frutto dell'accurata selezione compiuta da capi enologi che, di anno in anno, possono operare la giusta combinazione di vini provenienti dai territori dell'ampia filiera controllata e tracciata di Caviro, garantendone negli anni una costanza qualitativa di gusto.

Per la sua linea in brik, Tavernello ha scelto un **packaging realizzato in Tetra Pak** che protegge perfettamente il vino dalla luce e dall'azione ossidante dell'aria, garantendone una conservazione costante e corretta per mantenere inalterato il suo gusto piacevole. È un imballaggio ecologico in quanto realizzato da risorse sostenibili e riciclabili al 100%; inoltre è efficiente in termini di spazio e trasporto in quanto versatile e leggero, quindi altamente eco-friendly.

Pratico e sicuro, il formato **TetraBrik Square con tappo a vite richiudibile "salva-freschezza"** è utilizzato per le confezioni di Tavernello da 1lt e, una delle recenti novità, è stata quella di introdurlo anche nel formato monoporzione da 250 ml.

In virtù dell'ampia filiera di Caviro, Tavernello ha adeguato la propria offerta di prodotti alle esigenze del mercato moderno in costante evoluzione, lanciando negli ultimi anni nuovi vini in bottiglia con ottimi riscontri da parte del pubblico, tra cui il **Tavernello Frizzante Bianco e Rosato**, lo **Chardonnay** , il **Syrah Cabernet** e il **Pignoletto DOC**.

"Tavernello è cresciuto negli anni grazie alle continue garanzie di qualità dei suoi prodotti e di correttezza nei confronti dei consumatori italiani e stranieri che l'hanno portato a diventare il brand numero uno in Italia e marchio di vino italiano più venduto al mondo – sostiene **Elena Giovannini**, Responsabile Market Daily di Caviro – "Il processo di rinnovamento di Tavernello nella direzione di una nuova immagine di marca globale aprirà a nuove prospettive come quella di accogliere in futuro altre referenze, per una logica di sempre maggiore coesione tra mercato domestico e internazionale".

Tavernello ha chiuso con bilancio positivo l'anno 2016, registrando un **fatturato pari a 96 milioni di euro**. Con il marchio Tavernello, sono sul mercato mondiale volumi di vino pari a 83 milioni di litri per un numero di pezzi pari a 85 milioni di unità.

Esportato in oltre 40 paesi tra Europa, Russia e Asia, è il **vino italiano più venduto al mondo** (Fonte Impact Databank 2015), con leadership di mercato in Germania, Russia e Giappone per un totale superiore a 70 milioni di litri venduti all'anno. In Germania, infatti, con più di 5 milioni di brik, detiene un posizionamento premium di €1,99 a fronte di €1,29 del vino spagnolo concorrente. In Giappone, la

presenza capillare di Tavernello in numerosi ristoranti da oltre vent’anni, è il miglior esempio di quanto la qualità di questo vino italiano sia riconosciuta e apprezzata. Per il mercato estero, l’offerta Tavernello si amplia di altre referenze tra cui i grandi must come il **Pinot Grigio delle Venezie IGT**, il **Romagna DOC Sangiovese** e il **Prosecco DOC**, ovvero vini coerenti con il posizionamento di qualità del brand e che rappresentano le maggiori tipicità regionali italiane.

In Italia sono oltre 4.8 milioni le famiglie consumatrici. Nel paniere degli italiani, Tavernello bianco e rosso figurano nei primi 50 prodotti presenti nel carrello dagli acquisti, esclusi i prodotti a marchio e le acque minerali. In riferimento al nostro mercato, il peso complessivo di Tavernello è di 55 milioni di litri venduti su un totale di 510, rappresentando oltre il 10% della quota volume delle vendite di vino in brik nella Grande Distribuzione Organizzata. In questo comparto, le quote di mercato di Tavernello in brik sono 33% a volume e 39% a valore. Tavernello, inoltre, mantiene una posizione di leadership di mercato anche rispetto a notorietà del brand.