Svelato il nuovo look di Doppio Malto

1-doppio-malto-birre-2021-367b40f9

“Per migliorare bisogna cambiare” diceva Winston Churchill. Una massima che trova d’accordo anche Doppio Malto che, complice forse il recente sbarco nel Regno Unito, ha scelto di sposare appieno questa filosofia dello storico Primo Ministro britannico.

Ed è così che **il brand** che conta attualmente 26 ristoranti in Italia e all’estero, **si rinnova nella forma mantenendo intatta la sostanza**: la birra artigianale, prodotta a Erba (CO) e a Iglesias (SU) rimane il punto fermo, ma a trasformarsi è l’identità visiva del prodotto che riflette sempre più il carattere pop del marchio.

Un cambio d’immagine dal forte significato simbolico: il design della nuova bottiglia è infatti ispirato alla sala cottura del primo birrificio Doppio Maltodi Erba ed è caratterizzato da forme old fashion che raccontano la tradizione artigianale del brand e la sua natura conviviale. Parte integrante del nuovo aspetto sono anche le coloratissime etichette, **un arcobaleno di luci e colori**, altamente riflettenti grazie all’effetto specchiato della carta, pensate per raccontare sin dal primo sguardo l’anima colorata e gioiosa che da sempre contraddistingue Doppio Malto.

Completa il tutto una **tipografia calda e avvolgente** che prende le mosse dalla firma dei mastri birrai e che trasmette l’importanza del tocco umano per portare sulle tavole e sui banconi una birra davvero speciale. Ogni bottiglia, inoltre, **sfida il cliente con una call to action ben precisa** riportata nel tappo e legata idealmente proprio al carattere della birra stessa: osa, vivi, sogna, ama, inventa, pensa, crea, godi, sorridi.



“Ci siamo rifatti il look non tanto per vanità, quanto per raccontare chi siamo sin dal primo sorso: una fabbrica di birra artigianale in equilibrio fra tradizione e innovazione – spiega **Giovanni Porcu**, CEO di Foodbrand, titolare del marchio Doppio Malto presentando il frutto di oltre un anno e mezzo di lavoro gomito a gomito tra dipartimento marketing di Doppio Malto e Levinsky, brand design studio che ha firmato il progetto. *La nuova bottiglia e la nuova etichetta ci consentono di avvicinarci a grandi passi allo sbarco nella grande distribuzione, la vera sfida del 2022.*

Questo nuovo corso segna anche un traguardo importante, ossia la piena entrata in funzione del birrificio di Iglesias, in Sardegna, dove ormai produciamo la totalità dei volumi. Con questa nuova immagine, pensata per rendere “più parlanti” le etichette delle nostre birre, ci sentiamo pronti per affrontare tutte le novità che ancora ci aspettano. Sono tante e riguardano la nostra anima manifatturiera, dunque la produzione di birra che continua ad essere il nostro core business e l’anima retail, perciò lo sviluppo della rete dei locali, canale privilegiato e proprietario per la distribuzione delle nostre birre e della nostra idea di felicità, in Italia e all’estero”.

Oltre a caratterizzarsi per i loro **colori scintillanti**, i nuovi tappi e le nuove etichette raccontano le caratteristiche di ogni birra in bottiglia, **per guidare il consumatore nella scelta della bevanda perfetta a seconda delle proprie attitudini e del proprio stato d’animo**. Voglia di osare? Ecco la Ultra Pils, ostinata e rinfrescante (4,8% vol, IBU 35). Per chi cerca un sorriso, meglio la Super Chiara, una senza glutine gustosissima, definita pura e pungente (4,6% vol, IBU 17).

Bisogno di pensare? La Bella Rossa (6,5% vol, 32 IBU) è un vero e proprio concentrato di energie positive, dove la nota dolce del malto e il tono caldo del caramello si riflettono nel magnifico colore ambrato. Per sognatori, romantici e creativi ci sono invece la Summer IPA, definita oziosa e agrumata, con un carattere leggero e “beverino” (3,5% vol, 38 IBU, la fragrante Honey IPA (7,5% vol, e 37 IBU) e la Zingi Ale (7% vol, 30 IBU) dal sapore piccante e balsamico. Fanne parte del dream team anche la dissetante e persuasiva Extra Bitter (5,6% vol, 60 IBU), sul cui tappo si legge “vivi”, l’eccentrica Più che rossa (5,6% vol, 23 IBU), consigliata a chi ha uno spirito da inventore e definita la più “lussuosa” del menu e la seducente Sexy IPA: mogano d’ambra nel colore, pompelmo e agrumi nel sapore per un gusto fatto per restare.

“I nostri locali sono da sempre sinonimo di incontro e felicità – conclude Porcu – *ci sembrava quindi giusto condividere la nostra gioia per questo rebranding con tutti i nostri clienti, vecchi e nuovi. Ecco perché abbiamo scelto di far coincidere con la presentazione delle nuove etichette una Festa delle birre che “celebreremo” sia nei locali Doppio Malto sia sull’EHI!-Commerce, dove vendiamo una selezione delle nostre proposte in bottiglia”.*

Dall’11 al 25 novembre, infatti, in tutti i Doppio Malto aderenti all’iniziativa i clienti troveranno la “Festa delle birre” con due settimane a tutta felicità, durante le quali ogni giorno una birra a scelta del locale sarà in **promozione a 3 euro**. Un modo per assaggiare tutte le novità e apprezzarne i diversi caratteri.Ma Doppio Malto ha pensato anche a chi preferisce sorseggiarle a casa, sul divano o durante una cena con gli amici: le nove birre proposte in bottiglia, infatti, saranno **disponibili anche sull’EHI!-Commerce**, lo shop online di Doppio Malto, dove, con un anticipo di Black Friday, fino al 25 novembre tutti gli utenti potranno beneficiare di uno **sconto del 10% sul carrello**.