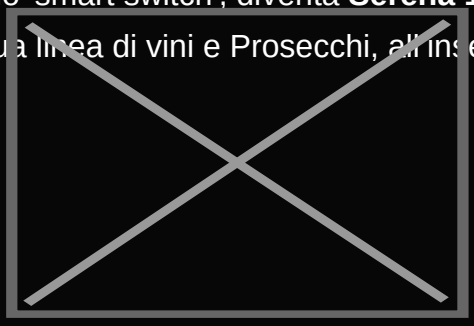
Serena Wines 1881, il nuovo brand pensato #perchisceglie

luca-e-giorgio-serena-97a0ac58

Un nuovo brand, ma tornando alle origini. E' l'ultima novità di una delle aziende vinicole “made in Treviso” più antiche che festeggia il traguardo del 140° anniversario dalla fondazione dando vita a **Serena Wines 1881**.

Un progetto nato a Venezia dove si trovano le lontane origini della famiglia, grazie alla collaborazione con l’**Accademia delle Belle Arti di Venezia**, i cui studenti hanno pensato a una bottiglia capace di fondere elementi diversi: il nome Serena, una linea a spirale che compie cinque giri per richiamare le cinque generazioni che senza soluzione di continuità si sono passate il testimone per 140 anni, e l’anno di fondazione.

Una bottiglia, dunque, dall’identita? precisa, che si arricchisce di **nuove etichette** (con colori brillanti) e di un **packaging** che vuole mettere a frutto l’eredita? di un brand conosciuto, soprattutto nel settore Horeca, come Terra Serena. Marchio che ora, attraverso uno 'smart switch', diventa **Serena 1881** mantenendo i colori che contraddistinguono da sempre la sua linea di vini e Prosecchi, all’insegna dell’innovazione e al contempo nel rispetto della continuità.



"N*el suo 140° anniversario la nostra azienda si riconosce ancora pienamente nei valori fondanti che da sempre dettano le scelte della nostra famiglia* - afferma **Luca Serena**, amministratore delegato di Serena Wines 1881 - T*ra questi certamente c'è il legame con il nostro territorio. Non è un caso se la nostra azienda sorge nel cuore della denominazione Prosecco, quelle colline tra Conegliano e*

Valdobbiadene da pochi anni riconosciute Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco. L'amore per il nostro territorio lo traduciamo in scelte aziendali orientate al rispetto e alla sostenibilità ambientale, attente al contesto sociale in cui ci troviamo ad operare".

Per questi motivi, il nuovo brand Serena 1881 è dedicato a **persone indipendenti**, che sanno prendersi cura di se? e godere della compagnia di amici e famigliari con cui amano condividere momenti conviviali informali, così come cene eleganti ed eventi raffinati.

"*Con questa nuova linea* – prosegue il manager – *oggi rivolgiamo la comunicazione direttamente al* ***consumatore finale****. I contenuti sui nostri canali social e i messaggi adv sulle riviste si rivolgono in particolare a gruppi di persone in linea coi nostri target. In questo senso stiamo anche promuovendo e spingendo, in ambito comunicazione, il concetto di community*".

L'obiettivo, quindi, è coinvolgere i clienti finali, invitandoli nei punti di consumo del canale Horeca dove sono presenti i prodotti del marchio, "*affinchè possano partecipare in forma attiva postando i loro momenti di consumo dei prodotti della nuova linea Serena 1881 utilizzando l'hashtag* ***#perchisceglie*** ".

Momenti e contesti diversi che verranno ripostati nei **canali social** di Serena Wines 1881 creando una **vera community** in cui tutti possano sentirsi parte di una grande squadra, una grande famiglia con la quale, vista la condivisione di valori e assonanze, venga spontaneo immedesimarsi.