Stock Group: Break Design firma la brand identity di Bitterissimo

20240611172634bitterissimo-fe65216c

È **Break Design**, agenzia milanese che si occupa di branding e packaging, a firmare l'immagine di **Bitterissimo**, il nuovo aperitivo dedicato al mondo Horeca con cui Stock Group celebra il traguardo dei 140 anni di attività.

Si tratta di un prodotto dal **carattere forte** che conquista vista e olfatto con l'intenso **colore rosso rubino** e aromi intriganti e decisi, elementi che Break Design ha tradotto in **un'identità visiva altrettanto determinata, eccentrica e risoluta**.

Il design di Bitterissimo è un **esercizio di stile sulla figura dell'iperbole**: ispirato ai movimenti artistici coevi all'età dell'oro di Casa Stock, dal futurismo di Marinetti e Depero fino alle avanguardie internazionali, ne riprende le **acrobazie tipografiche** con un **gigantismo** che fa del nome di marca **un artwork a tutta etichetta**, pur preservandone la leggibilità, un **carattere spavaldo**, esaltato dall'uso massivo dell'oro su fondo scuro.

Di vivace stravaganza anche il tagline, **"l'aperitivo superlativo che crea il diversivo"**, che pone Bitterissimo come **il bitter alternativo** per dare un twist al solito Negroni, ai cocktail classici o al tradizionale bitter&soda all'italiana. Perfetto come aperitivo, Bitterissimo celebra la convivialità secondo Casa Stock: *«le cose buone nella vita sono fatte per godere, assaporare e condividere»* usava dire **Lionello Stock**, la cui firma siglata in oro chiude e nobilita la bottiglia.

Una **brand identity**, questa, **che rispecchia perfettamente il carattere forte e distintivo del prodotto.**