

Nuova brand identity per la cantina Ronchi di Manzano

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Aprile 2017



Consensi unanimi e grandi apprezzamenti per la nuova brand identity della cantina Ronchi di Manzano, nel cuore dei Colli Orientali del Friuli, che già allo scorso Prowein di Düsseldorf ha proposto in anteprima la release del sito e il restyling grafico per le etichette della linea “Cru”. Completamente rinnovato dal punto di vista grafico e dell'utilizzo, il nuovo sito www.ronchidimanzano.com narra i valori, i protagonisti, i territori e i prodotti della cantina. Organizzato in modo da catturare velocemente l'attenzione del navigatore, offre in pochi click tutte le informazioni necessarie in maniera chiara, intuitiva, immediata ed efficace. La nuova release è responsive, ovvero è fruibile da computer, tablet e smartphone. Il sito utilizza le ultime tecnologie nel campo del neuro web marketing testate in collaborazione con l'Università Ca' Foscari di Venezia che registrano le emozioni dei navigatori allo scopo di migliorare la loro user experience e di creare un portale “su misura di utenti”. Per quanto riguarda le etichette, l'immagine del nuovo packaging è figlia della filosofia di Ronchi di Manzano, un'azienda che vuole interpretare la propria terra esaltandone le indiscutibili peculiarità. L'intera gamma dei prodotti si distingue per la piacevole sobrietà ed una raffinata eleganza. Il caratteristico e scenografico paesaggio è stato interpretato ed iconizzato per ciascun prodotto della linea “Classici” mentre i visual presenti sulla linea “Cru”

rappresentano un'ode al singolo vigneto dal quale provengono. Ad ognuno di essi è stato assegnato un colore capace di esprimere il bouquet unico ed inconfondibile di ogni vino. Entrambe le linee "Classici" e "Cru" parlano di semplicità, minimalismo e contemporaneità in linea con i valori filosofici della cantina Ronchi di Manzano. Ogni singolo prodotto racconta un pezzo del territorio, fotografa una porzione della tenuta, svela agli occhi dei consumatori la sublime raffinatezza di un contesto meraviglioso.

Inoltre l'azienda vitivinicola friulana, guidata da tre giovani donne, durante il Vinitaly appena trascorso ha presentato un'altra importante novità, lo shop on line. Un'enoteca aperta 24 ore su 24 dove, con alcuni semplici passaggi, i clienti possono ordinare, pagare con carta di credito, paypal, o bonifico ed attendere la consegna delle bottiglie comodamente a casa propria. Il sistema di commercio elettronico permette ai web wine shopper di comprare i vini della cantina sia dal computer che dallo smartphone attraverso il sito aziendale e piattaforme di compravendita on line.

Tra le altre novità dell'Azienda Agricola Ronchi di Manzano i nuovi cataloghi e l'ingresso nel Consorzio Italia del Vino che dal 2009 promuove programmi di informazione e promozione delle cantine nei mercati emergenti e sostiene iniziative nei mercati consolidati, legando il vino ad altre eccellenze italiane come la moda, il design ed il turismo.