

Serena 1881 si rinnova: il brand di Serena Wines rilancia la sua identità per raccontare tradizione e contemporaneità

scritto da Redazione Wine Meridian | 7 Luglio 2025



Serena 1881, linea di punta di Serena Wines 1881, presenta un progetto di riposizionamento che unisce tradizione e contemporaneità. Una nuova identità visiva e il concept "Quality Times" rafforzano il posizionamento del brand come riferimento nel mondo del Prosecco di qualità, valorizzando i valori di famiglia, autenticità e affidabilità.

Serena 1881, brand lanciato nel 2021 in occasione del 140° anniversario dell'azienda **Serena Wines 1881** e che più di tutti

incarna i valori della famiglia Serena e il suo forte legame con il territorio, si prepara a presentarsi a clienti e consumatori con uno stile rinnovato, più fresco, raffinato e al passo con i tempi. Il marchio emblema della tradizione, infatti, è stato recentemente oggetto di un **progetto di riposizionamento** volto a conferirgli un'identità comunicativa più chiara e facilmente riconoscibile e ad accrescere, valorizzandola, la sua brand awareness.

I valori di Serena 1881 affondano in quelli aziendali di Serena Wines 1881, di cui la linea è massima espressione: **famiglia, tradizione, innovazione, territorio e sostenibilità** vanno da sempre di pari passo con un approccio relazionale basato su **fiducia e autenticità**. Da una parte, infatti, Serena 1881 si caratterizza per l'eccellenza dei suoi vini e per un servizio puntuale, in grado di assicurare affidabilità a clienti, partner e consumatori grazie alla continuità della guida della famiglia Serena e alla solidità della struttura aziendale. Dall'altra, Serena 1881 è un vino che nasce per tutti, frutto di una cantina dal carattere autentico e dalla straordinaria capacità di adattarsi ad ogni occasione, rendendo speciale anche il momento più semplice: un vino fine e versatile che parla a tutti ma è solo per chi sa scegliere la qualità. Proprio questi due core values – fiducia e autenticità – sono al centro della nuova strategia di posizionamento del marchio che, promuovendo una cultura enologica che valorizzi il Prosecco di qualità, aspira a distinguersi come un **brand di riferimento in Italia e nel panorama internazionale**.

Serena 1881 è un marchio lifestyle che celebra i momenti più speciali della vita quotidiana fondendo tradizione e contemporaneità e intrecciando storie che parlano di legami autentici. Ecco perché, in questi momenti, la **qualità** è la chiave per rendere unica ogni occasione. Ed ecco perché lo slogan della nuova strategia di posizionamento è **Quality Times**.

Il concept prende forma attraverso una serie di **scatti fotografici che definiscono la nuova identità visiva del brand**: un racconto in cui l'anima heritage rimane protagonista sullo sfondo, ma viene rivisitata in chiave attuale, tra eleganza senza tempo e dettagli di qualità e moderna quotidianità. Un **lieve restyling del logo** è stato abbinato all'**inserimento del giallo** – il colore più brillante dello spettro visivo e quindi più facile da notare per l'occhio umano – tra le cromie identificative del brand: reinterpretazione audace del giallo paglierino tipico del vino firmato Serena 1881, questo colore è un vero e proprio omaggio contemporaneo alle sue origini.

Commenta **Luca Serena, Amministratore Delegato e quinta generazione alla guida di Serena Wines 1881**: “Siamo molto soddisfatti di questo progetto, che è riuscito a reinterpretare in chiave moderna una tradizione secolare come la nostra e a dare un'identità visiva fresca, coerente e ricercata alla nostra linea di punta. Questa nuova strategia ci aiuterà non solo a raccontare i benefici concreti del nostro prodotto al consumatore finale ma anche a trasmettere ai professionisti del settore il valore del nostro brand, come scelta strategica e riconoscibile all'interno del loro assortimento. Serena 1881, infatti, si impegna quotidianamente ad offrire un Prosecco di qualità, versatile e accessibile, garantendo affidabilità e costruendo relazioni autentiche e durature con clienti e partner”.

Punti chiave

- **Serena 1881 rilancia con un'identità visiva più fresca, riconoscibile e coerente con i valori aziendali.**
- **Nuovo posizionamento strategico** fondato su fiducia, autenticità e qualità accessibile.

- **Brand lifestyle contemporaneo** che fonde eleganza, versatilità e legame con il territorio.
- **Il colore giallo nel restyling del logo diventa simbolo** di riconoscibilità e tradizione reinterpretata.
- **Obiettivo: diventare riferimento nel panorama italiano e internazionale** del Prosecco di qualità.