



## DOC DELLE VENEZIE, SI CHIUDE IL PRIMO STEP DEL REBRANDING: PRESENTATO UFFICIALMENTE IL NUOVO LOGO

**Il Consorzio di tutela rinnova la propria immagine e presenta il nuovo “sigillo” che accompagnerà la DOC nella valorizzazione della propria identità territoriale**

Siamo quasi alla fine dell'imponente operazione di *rebranding* che da marzo vede impegnato il Consorzio DOC delle Venezia, intenzionato ad aumentare la *reputation* del marchio collettivo che rappresenta la più estesa area vocata al Pinot grigio a livello mondiale. Ma al centro del progetto c'è prima di tutto la volontà di **creare un'immagine nuova e reale della Denominazione**, un volto che sia in grado di rappresentare insieme tutti i valori intrinseci di cultura e territorio che contraddistinguono le Tre Venezia e di veicolarli in modo efficace nei mercati internazionali.

Si chiude quindi con il restyling del logo della DO triveneta e la sua presentazione ufficiale in sede di Assemblea dei Soci la prima fase di questo grande lavoro di posizionamento, strategia e rafforzamento della *brand awareness* promosso dal Consorzio di Tutela e affidato all'agenzia Grey: una veste rinnovata per il Pinot grigio delle Venezia che, oltre a strizzare l'occhio a componenti grafiche più moderne e ad uno stile più giovanile e al passo coi tempi, **include per la prima volta chiari riferimenti a tutto il territorio**. Al centro restano invariati la presenza del **ferro di Gondola** e il richiamo alla **bandiera italiana**, ingredienti chiave che dal 2017 hanno permesso alla Denominazione di farsi conoscere e apprezzare nel mondo e che restano quindi i protagonisti della scena. Due icone immancabili che ora, però, sono **accompagnate da elementi geografici altrettanto importanti quali la pianura, le colline e le montagne** che modellano il nostro Nordest, linee che prendono vita rispettivamente dai **tre sestieri a rappresentare le tre regioni di produzione Veneto, Friuli Venezia Giulia e Provincia Autonoma di Trento**. A racchiudere il sigillo, infine, un elegante *lettering* esterno separato da **12 punti che simboleggiano le altrettante province** distribuite nell'areale di produzione della DOC.

*“Abbiamo sempre avuto la fortuna di avere nel nome e nel logo un'icona mondiale, Venezia” dice il Presidente del Consorzio Albino Armani e continua “con l'operazione di rebranding che vede impegnato il nostro CdA da inizio marzo, ci siamo resi conto che questa rappresentazione non era più sufficiente e che doveva essere arricchita e valorizzata da quello che è il reale patrimonio territoriale di tutto il Triveneto. Il nostro obiettivo oggi è quello di trasmettere al mondo un messaggio quanto più vero e coerente, pur mantenendo quella familiarità che ci siamo guadagnati, con non poca fatica, a livello globale sin dall'inizio della nostra avventura”.*

*Maggiori informazioni:*

**Consorzio DOC delle Venezia**

PR & Comunicazione

Valentina Fraccascia

**M. +39 349 6225578**

press@dellevenezie.it