

UN BRAND GIOVANE CON UNA STORIA TUTTA DA INVENTARE INSIEME A CHI BEVE. CON QUALCHE IDEA

Birra Castello. La birra che punta al futuro senza fardelli storici

Silvia Barbieri*

La Birra Castello nasce nel 1997, rilevando il birrificio friulano di San Giorgio di Nogaro, prima di proprietà di birra Moretti, poi di Heineken e infine dal 2006 della birra Pedavena. Della storia dello stabilimento Birra Castello si porta dentro la capacità di produrre qualità. Per tutto il resto inizia a scrivere una nuova pagina nel mondo delle birre.

*Futurebrand



- Un positioning che rompe in modo rilevante le regole della categoria



- In attesa di visibilità

L'offerta

Grazie a questo rilancio che dà a Birra Castello un posizionamento fortemente distintivo e interessante, il gruppo costruisce un'offerta di marchi ben integrati tra loro a coprire diversi profili di consumo, dove la Birra Pedavena diventa la proposta elitaria da distribuire in modo selezionato per intenditori, la birra Dolomiti diventa la proposta in chiave salutistica che mutua dalle sue origini montane e Castello la birra per una nuova generazione che vuole una birra accessibile, di qualità ma fuori dagli schemi classici.

L'unica birra che punta sulla giovinezza



In un mondo di birre dove viene sempre celebrata la storia, la tradizione, le origini e il passato, Birra Castello ha deciso di guardare avanti offrendo solo qualità senza il fardello delle celebrazioni storiche. Così facendo diventa una voce fortemente distintiva e intrigante in un mercato diviso tra marche che si rifanno all'autenticità della tradizione, oppure all'origine da intenditore oppure a stili di vita giovanili da beverage internazionale.

Una gamma articolata di birre "easy"

Premium, doppio malto, rossa e analcolica: quattro le proposte di Birra Castello per un gusto sempre armonico e articolato. Anche le caratteristiche organolettiche - gradazione alcolica non elevata e gusto equilibrato - rinforzano il posizionamento di una birra duttile, pronta a scrivere la storia di una nuova generazione.



Valori tangibili: qualità, genuinità

Se la data di nascita è assai recente, il know how produttivo ha invece radici profonde che garantiscono la qualità del processo produttivo e prima di questo la selezione di materie prime di qualità processate nel rispetto della loro genuinità.

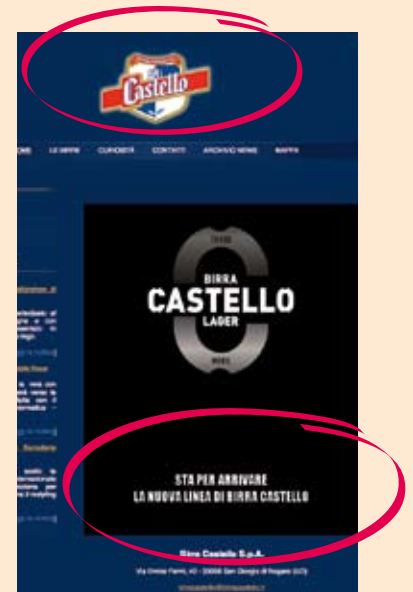
Valori intangibili: originalità, futuro, libertà

Nel suo restyling Birra Castello insiste proprio sull'essere una birra originale grazie al fatto di avere una storia tutta da inventare insieme a chi la beve. È una birra che parla di guardare avanti, anziché indietro. È una birra che trasforma in punto di forza la sua recente origine facendone l'occasione per costruirsi una nuova tradizione curiosamente proiettata avanti, dove le cose fondamentali come la qualità restano ma tutto il resto è reinterpretabile in chiave di libertà e individualità. Senza fardelli dal passato.



La comunicazione

Il rilancio è appena cominciato e quindi in futuro vedremo forse molteplici attività di comunicazione. Per ora colpisce l'utilizzo innovativo ed efficace dei collarini delle bottiglie che fanno della identità della marca una dichiarata occasione anche di comunicazione. Sintetiche frasi che sono la vivida dichiarazione dello spirito irriverente, divertito e libero di Birra Castello: lo stesso spirito che il claim "la birra senza una storia" sintetizza. Oltre alle bottiglie, si segnalano attività di sponsorizzazione coerenti con l'indirizzo di posizionamento e target scelto dal brand, legandosi alla gara velistica Barcolana e al Motor Show. Il sito web richiederebbe un restyling che lo renda in linea con il salto in avanti fatto dalla marca.



Birra Castello: l'orgoglio di essere se stessi

Birra Castello dimostra che con coraggio e creatività si possono trovare anche in mercati maturi e saturi di player posizionamenti originali e rilevanti, declinati con coerenza e stile nell'identità e nella comunicazione di marca.

L'identity: qualità modernità e pulizia

La nuova identità visiva di Castello cambia in modo sostanziale il percepito della marca, dando a Castello una premiumness e un carattere prima mancanti. Infatti passa da una identity molto classica e un po' vecchiotta, da birra senza particolari tratti di differenziazione a una birra che racconta per pulizia visiva la sua modernità. Come già detto, molto interessante poi l'uso comunicativo dei collarini.