

L'Italia lascia il segno

PRESENTATO IL NUOVO LOGO CHE RILANCIAMO IL BEL PAESE NEL TURISMO MONDIALE. LA NAZIONE ITALIANA, ATTUALMENTE, SI COLLOCA AL QUINTO POSTO TRA LE METE TURISTICHE PIÙ VISITATE.

■ di WALTER GOMI



Orchestrale strumenti per l'espresso

Dall'attenzione verso nuove tendenze, la ricerca ergonomica e l'applicazione di tecnologie affidabili nascono Jazz, Etnica ed Etnica Display: un raffinato equilibrio tra moda, eleganza e sobrietà.

La gamma di macchine da caffè espresso professionale declinabile in 36 versioni tutte interamente in acciaio inox prodotte da D.I.D. Srl. per garantire una miscela di design e tecnologia per personalità sensibili ai piaceri della vita.



“Un barman appassionato il miglior maestro, un caffè scelto la miglior composizione, una macchina italiana la miglior Orchestra”.

D.I.D. srl
Via fonderia 93 31100 Treviso
Tel 0422 306700 Fax 0422 307879
www.didsrl.com info@didsrl.com

126 MIXER / APRILE 2007

L'Italia, paese di navigatori, poeti, santi e... turisti. Un'immagine sempre valida, anche se negli ultimi anni si è un po' appannata, forse per una scarsa propensione agli investimenti e alla promozione da parte delle nostre pubbliche istituzioni. Finalmente, nel quadro delle iniziative per rilanciare il turismo straniero verso l'Italia, si è deciso di adottare un brand grafico al fine di rendere più riconoscibili e incisive le campagne di promozione della nostra nazione.

Nuovo marchio

Il logo per l'immagine dell'Italia è stato selezionato attraverso un bando di gara indetto dal Dipartimento Informazione ed Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri a cui hanno risposto 75 agenzie e in 57 hanno presentato un progetto. Alla fine è risultato vincitore il progetto realizzato

dall'agenzia Landor Associates.

Da sole, le prime due lettere del segno (it) trasmettono con semplicità e pulizia orgoglio per la nostra storia e consapevolezza delle potenzialità verso il futuro. La “i”, di colore nero, nel carattere richiama il mondo classico e la tradizione italiana.

È sovrastata da un punto di colore rosso.

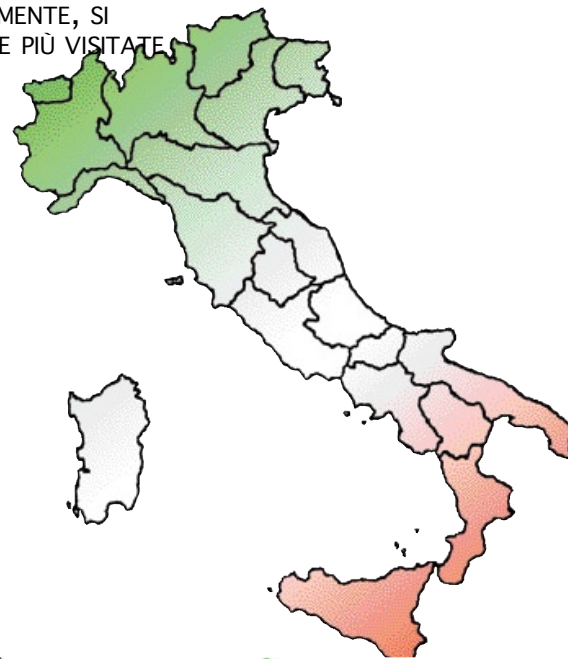
La “t” è verde, per rafforzare l'immagine di un Paese ricco dal punto di vista naturalistico e, al tempo stesso, completare il tricolore, rendendo inequivocabile il riferimento all'Italia.

Il carattere usato per le altre lettere della parola “Italia” esprime modernità mentre il fondo del logo è completamente bianco.

Impatto visivo

Per la valutazione dell'impatto del nuovo logo e l'elaborazione di una strategia di promozione internazionale

Rilancio. Il nuovo logo segna l'inizio di una serie di promozioni che puntano ad attirare i turisti stranieri in Italia



loveitalia

è stato altresì costituito un gruppo di alta consulenza composto da Laura Biagiotti, Gianpaolo Fabris, Anna Martina, Andrea Pininfarina, Umberto Paolucci.

Secondo i primi riscontri effettuati presso un campione di cittadini intervistati, il nuovo marchio ha ricevuto un'accoglienza decisamente favorevole. Al primo impatto colpisce per incisività e originalità.

Piace il fatto che non sia stata scelta la strada facile di rappresentare il nostro Paese attraverso immagini convenzionali di sole, mare, monumenti ecc.

Adesso rimane da rimbocarsi le maniche e riportare l'Italia almeno nelle prime tre posizioni fra le mete turistiche preferite. ■



NASCE "ACQUA DI GRANO", DISTILLATO DI BIRRA

Impossibile resistere a questa eccellenza tutta italiana: nasce "Acqua di Grano", distillato di birra unico nel suo genere, proposto da Marchiopolò, l'innovativa azienda vinicola impegnata nel recupero dei migliori vitigni autoctoni italiani in via di estinzione. Adatto ai palati più sofisticati e curiosi, "Acqua di Grano" è particolarmente apprezzato, grazie alle sue amabili caratteristiche, dal mondo femminile.

L'unicità di questo prodotto si manifesta

sin dalla sua origine. "Acqua di Grano", infatti, è ottenuto dalla distillazione di una birra bionda di alta qualità doppio malto, ad alta fermentazione, giustamente luppolata con doppia distillazione a bagnomaria. Da degustare a una temperatura di 15/17 gradi. È stato creato in esclusiva per Marchiopolò da Vittorio Capovilla, tra i più noti distillatori italiani.

Telefono: 02 45281744

www.marchiopolò.it

GAVINO SANNA FIRMA LE BOTTIGLIE MESA

Nell'ambito di WineLove, la mostra esposizione che si è svolta a Milano alla fine di novembre, la Cantina Mesasas, uno dei 30 produttori partecipanti, ha presentato la sua linea di bottiglie firmata dal famoso creativo pubblicitario Gavino Sanna. Sanna, che è socio della Casa vinicola sarda, con sede in località Su Baroni in provincia di Cagliari, ha progettato non solo le etichette e controetichette, ma anche la forma delle bot-

tiglie stesse. Le bottiglie della collezione sono sei: Giunco 2005, Vermentino di Sardegna Doc; Opale 2005, Vermentino di Sardegna Doc; Moro 2005, Cannonau di Sardegna Doc; Malombra 2004, Rosso Isola dei Nuraghi Igt; Buiò 2004, Rosso Isola dei Nuraghi Igt; Buiò Buiò 2004, Rosso Isola dei Nuraghi Igt.

Telefono: 0781 689390

Fax 0781 699569



UNA MISCELA DI DESIGN E TECNOLOGIA...

... per personalità sensibili ai piaceri della vita. Bellezza e innovazione sul piano della tecnologia e delle emozioni, attraverso la fusione dell'esperienza creativa con la compatibilità del design verso molteplici ambientazioni, senza mai perdere di vista quanto di più sacro: funzionalità e prestazioni.

"Orchestrale" è la gamma di macchine per il caffè espresso professionale, concepita attorno al tema universale della musica. Sono tre modelli declinabili in 36 versioni, tutti interamente in acciaio inox.

Telefono: 0423 1995320

Dal 1° gennaio 2007, www.didsrl.com

Le integrazioni

Le proposte dei prodotti di vendita sono integrate al fine di ottimizzare le materie prime e soddisfare una vasta gamma di clientela.

In ordine di importanza il menù *made in Italy*:

- 1) Gelato
- 2) Granite
- 3) Caffè
- 4) Pasticceria & Cioccolato
- 5) Frullati e frappè di frutta
- 6) Drink (alcolici e non)
- 7) Tè e tisane



Il target

Il locale deve mirare a soddisfare le esigenze dei clienti nelle diverse fasce orarie: dalla colazione della mattina al tè del pomeriggio, dall'aperitivo all'after-dinner. Si devono aggiungere ai consumatori tradizionali anche coloro che sono alla ricerca di confezioni regalo o per il consumo casalingo di pastic-

ceria e cioccolateria di qualità. Curato sarà il packaging per stimolare l'acquisto.

Il business di questo *merchandise* dei prodotti alimentari non è trascurabile nell'economia dell'impresa.

La redditività

Un locale che utilizza questi prodotti tende ad ottenere una

buona performance economica visto che la materia prima ha dei costi contenuti che garantiscono fino al 25% la possibilità di reddito operativo pre-tax.

Questo conto economico, fa riferimento ad una attività già operante di circa mq 270, dove la voce interessi su mutui è pari a 14.580,00 euro per il primo anno.



CONFCOMMERIO

Il commento della Federazione

Questo conto economico fa riferimento ad un esercizio con un'offerta complessa in grado di soddisfare le esigenze della clientela durante l'intero arco della giornata. Nella segmentazione **FIPE** questo esercizio appartiene agli integrati con take-away, considerando che una parte significativa del fatturato si realizza proprio attraverso la vendita per asporto di gelateria e pasticceria. Si tratta in ogni caso di un esercizio di ottima location in grado di garantire una politica dei prezzi *espansiva* e con orari di apertura ampi.

Il personale, con un'incidenza sul totale superiore al 41%, rappresenta la voce di costo più importante a testimoniare che è proprio questo il *fattore K* su cui si gioca il successo o l'insuccesso dell'iniziativa.

La redditività diventa interessante a partire dal terzo anno.

Planet One
Creatori di tendenze

Questo servizio è stato realizzato in collaborazione con lo staff di questa struttura che ringraziamo per la disponibilità.

Planet One srl, società italo-americana, è la prima e più prestigiosa organizzazione in Europa per la fornitura di servizi per le attività del beverage. Le più

grandi industrie del settore e le più importanti catene franchising, molti locali serali d'Italia, migliaia di bartenders e general manager di tutta Europa, si rivolgono a Planet One per migliorare la professionalità, la funzionalità, la promozione, l'organizzazione delle proprie attività e per avere maggiori possibilità di successo e redditività.

Per informazioni: 075-80.12.219 - www.planetone.it

www.didsrl.com dal 1° Gennaio 2007



Strumenti per l'Espresso

...non dimenticherò mai questo suono perchè non sarà più rumore...
un barman appassionato il miglior maestro,
un caffè scelto la miglior composizione,
una macchina italiana la migliore orchestra.
M.B.

