



Soc. Agricola Assuli Winery Srl
Sede legale/Registered office
Via Archi, 9 - 91100 Trapani (TP) IT - CF/P.IVA 02431690813
Cap. Soc. €105.263,00 i.v. - N.REA TP 170174
T +39 0923 547267 - F +39 0923 820724
info@assuli.it - www.assuli.it

Cantina/Winery
Contrada Carcittella
T +39 0923 1987742
91026 Mazara del Vallo (TP) IT
GPS 37.786833, 12.636655

COMUNICATO STAMPA

Assuli, etichette cavalleresche

Le gesta dei Paladini dell'Orlando Furioso definiscono la grammatica visiva destrutturata e contemporanea delle nuove etichette della Cantina siciliana

Assuli presenta le nuove etichette che rappresentano un passo in avanti nel cammino continuo verso l'innovazione. Oltre al design completamente rinnovato sotto la **direzione creativa di Mario di Paolo**, anche la bottiglia cambia forma con un occhio attento alla sostenibilità. Un esordio inaspettato e *disrupting* nei linguaggi e nei codici.

La nuova *label collection* racchiude tutta la ricchezza dell'immaginario siciliano: la *visual identity* che rilancia Assuli affonda le radici nel passato per superare i confini dell'isola ed acquisire una risonanza internazionale. È la nuova dimensione enoica siciliana, con un'identità del tutto esclusiva e inedita, giovanile eppure fortemente riconducibile all'*heritage*. Una celebrazione dell'isola: omaggio alla storia, alla cultura elegante, ai colori intensi. Ed anche all'evoluzione.

Oltre al nuovissimo rosato **Fiordispina**, da uve Perricone 100% coltivate in biologico, si presentano con una nuova veste: **Lorlando**, 100% Nero d'Avola, vanto indiscusso della cantina; **Carinda**, **Fiordiligi**, **Dardinello**, i bianchi d'annata, rispettivamente 100% Insolia, Grillo e Zibibbo: raccontano attraverso un'illustrazione destrutturata i personaggi del Poema cavalleresco a cui si ispirano, il Furioso, abbracciando in modo ancor più coerente il messaggio. Essi costituiscono una grande opera polifonica portavoce dell'unicità che contraddistingue ciascun vino Assuli.

Ogni bottiglia racconta un'affascinante storia che si intreccia con quella del territorio intimamente legata da un rapporto antico e profondo. Le favole più belle, intrise di emozioni intense e contrastanti, amori folli e grandi sconfitte, le ha raccontate Ludovico Ariosto, basti pensare alla celebre battaglia di Lampedusa tra i Saraceni e i Cavalieri Cristiani guidati dal Paladino Orlando sul suo cavallo bianco che sconfigge lo storico nemico Agramante oppure all'amore non ricambiato per la Principessa pagana Angelica, che lo condurrà alla follia. Leggenda che si mescola con la realtà in una grande allegoria della vita che suggella vicissitudini sempre attuali.

La linea migliora in eleganza, con l'intento di marcare una vivida segmentazione della gamma. Su tutte le etichette campeggia il fondo bianco in cui si stagliano gli elementi iconici dell'immaginario visivo cavalleresco, armi, cavalli e cortesie. Ispirati alla cultura del Furioso, originale e italiana, narrata in modo moderno, con un linguaggio rivitalizzato, giocoso, dinamico fresco. Ciascuna etichetta infatti vuole essere espressione di un particolare personaggio e, per quanto riguarda i bianchi d'annata, di una specifica sensazione organolettica (forti sentori di ananas per Fiordiligi, note finissime di fiori di zagara in Carinda, fiori di pesca per Dardinello). Il nome del vino è protagonista al centro

Certificates





Soc. Agricola Assuli Winery Srl
Sede legale/Registered office
Via Archi, 9 - 91100 Trapani (TP) IT - CF/P.IVA 02431690813
Cap. Soc. €105.263,00 i.v. - N.REA TP 170174
T +39 0923 547267 - F +39 0923 820724
info@assuli.it - www.assuli.it

Cantina/Winery
Contrada Carcittella
T +39 0923 1987742
91026 Mazara del Vallo (TP) IT
GPS 37.786833, 12.636655

diventando una cosa sola con il vitigno. La retro etichetta invece risponde al desiderio di informare il consumatore in merito alle caratteristiche organolettiche ed al possesso della certificazione biologica. Ogni personaggio è rappresentato con un'illustrazione realizzata ad hoc che reinterpreta in chiave colorata e giocosa il poema, evolvendo i codici cromatici delle attuali etichette tutte dipinte con gli indimenticabili colori della Sicilia, il giallo sole, l'azzurro mare, il verde lime, il rosso fuoco, il nero intenso. Inoltre, per la prima volta il 'taglio' diventa parte integrante dell'identità, quel gesto di fontaniana memoria che rivoluzionò l'arte contemporanea. La sagoma è ridisegnata non solo per far emergere il prodotto con si fonde con la sua denominazione, ma anche per definire un tratto assertivo e "senza tempo". L'intero restyling è volto a riaffermare la tradizionale propensione in avanti della Cantina Assuli, in una rinnovata contemporaneità, sinonimo di solidità, ottimismo, presenza e attenzione per la qualità.

Il rilancio passa anche attraverso l'adozione di una nuova forma vetro, la borgognotta. Larga alla base, con le spalle affusolate, che evoca la Borgogna e i suoi importanti Champagne, declinata nella versione 'Virgo' per Lorlando e 'Leggera' per Fiordispina, Carinda, Dardinello, Fiordiligi. Quest'ultima rientra a buon diritto nel *lightweighting*, cioè la direzione intrapresa di riduzione del peso utilizzando vetro più leggero, che consente di ridurre l'impiego di materie prime, le emissioni di ossidi d'azoto e anidride solforosa e i costi legati ai trasporti. Completa la confezione la capsula sarà rivisitata nel formato (più corto), donando alla bottiglia un appeal più moderno.

La preziosità è affidata anche alla matericità dell'etichetta. Dalle carte, tutte naturali certificate FSC, la Fedrigoni - Ritrama® Natural Cotton Barrier per Lorlando, 100% cotone bianco, marcata ad effetto feltro, umido resistente e per tutte le altre referenze la Fedrigoni - Ritrama® Luce WS Barrier, sensibile al calore; alle nobilitazioni con lamine a caldo Kurz e l'aggiunta di una vernice serigrafica spessorata per accentuare l'effetto al tatto. A completamento anche il logo è stato sottoposto ad un leggero restyling. Mantiene lo storico pittogramma del sole stilizzato con un nuovo stile grafico per la scritta "Baglio" posizionata accanto, nel complesso più omogeneo, moderno e leggibile.

La Cantina Assuli celebra l'autenticità della Sicilia con vini autoctoni 100% biologici. I vigneti e la cantina si trovano nel lembo più occidentale dell'isola, quasi 130 ettari di

Certificates





Soc. Agricola Assuli Winery Srl
Sede legale/Registered office
Via Archi, 9 - 91100 Trapani (TP) IT - CF/P.IVA 02431690813
Cap. Soc. €105.263,00 i.v. - N.REA TP 170174
T +39 0923 547267 - F +39 0923 820724
info@assuli.it - www.assuli.it

Cantina/Winery
Contrada Carcittella
T +39 0923 1987742
91026 Mazara del Vallo (TP) IT
GPS 37.786833, 12.636655

proprietà, in una zona dalla bellezza magica. I grappoli che maturano in una zona di vocata e di antica produzione enologica celebrano l'autenticità del terroir siciliano. Assuli si fregia della Denominazione di Origine Controllata "Sicilia", riservata ai vini che rispondono alle condizioni e ai requisiti stabiliti nel relativo disciplinare di produzione. Il sole, la luce, la forte mineralità dei terreni, i profumi del Mediterraneo portati dal vento contraddistinguono bottiglie con un gran personalità. I vini si caratterizzano per uno stile segnato dall'enologo **Lorenzo Landi** che crede nel rispetto del territorio, punta sull'eccellenza delle uve esaltando la potenza espressiva dei vitigni e riesce a produrre vini impeccabili esaltando l'originalità territoriale: i bianchi delicati, freschi o sapidi che ricordano il mare, i rossi dal carattere più forte e deciso, influenzati dal caldo e dal vento. Sotto l'impulso della nuova sensibilità per l'impatto ambientale, anche Assuli ha intrapreso un percorso di integrazione delle considerazioni utili per attuare la sostenibilità.

L'attenzione al territorio ed al suo rispetto, inoltre, si declina anche nel progetto di ricerca enologica del **vigneto sperimentale**, realizzato con l'obiettivo di riscoprire vitigni antichi e che presto potremo riassaporare. 14 varietà reliquia, circa 600 innesti collocati in altrettanti impianti: la voglia di scavare nel passato che portando alla luce varietà dimenticate, un elemento di ancor più forte identità che pone basi per una nuova spinta all'entoturismo.

SOCIAL @ASSULI.WINERY

Instagram | Facebook | YouTube | LinkedIn

UFFICIO STAMPA

Stefania Bacchini marketing@assuli.it – (+39) 0585 831921

Certificates





Soc. Agricola Assuli Winery Srl
Sede legale/Registered office
Via Archi, 9 - 91100 Trapani (TP) IT - CF/P.IVA 02431690813
Cap. Soc. €105.263,00 i.v. - N.REA TP 170174
T +39 0923 547267 - F +39 0923 820724
info@assuli.it - www.assuli.it

Cantina/Winery
Contrada Carcittella
T +39 0923 1987742
91026 Mazara del Vallo (TP) IT
GPS 37.786833, 12.636655

PRESS RELEASE

Assuli, knightly labels

The exploits of the Paladins of Orlando Furioso define the deconstructed and contemporary visual grammar of the new labels of the Sicilian winery

Assuli presents the new line of labels that represents a step forward in the continuous path towards innovation. In addition to the completely renewed design under the **creative direction of Mario di Paolo**, even the bottle changes shape with an eye to sustainability. An unexpected and *disrupting* debut in languages and codes.

The new *label collection* encompasses all the richness of mythical Sicily: the *visual identity* that relaunches Assuli has its roots in the past to go beyond the island's borders and acquire an international resonance. It represents the new Sicilian wine dimension, with an exclusive and unprecedented identity, youthful yet strongly linked to *heritage*. A celebration of the island: a tribute to history, to elegant culture, to intense colours. And also to evolution.

In addition to the new pink wine **Fiordispina**, made from 100% organically grown Perricone grapes, the following wines have a new look: **Lorlando**, 100% Nero d'Avola, undisputed pride of the winery; **Carinda**, **Fiordiligi**, **Dardinello**, the vintage whites, respectively 100% Insolia, Grillo and Zibibbo: they narrate through a **deconstructed illustrations** the **characters of the chivalrous poem** that inspired them, **Furioso**, embracing the message in an even more coherent way. They constitute a great polyphonic work, spokesperson for the uniqueness that distinguishes each Assuli wine.

Each bottle tells a fascinating story that is intertwined with that of the land intimately linked by an ancient and profound relationship. Ludovico Ariosto told the most beautiful tales, imbued with intense and contrasting emotions, crazy loves and great defeats, just think of the famous battle of Lampedusa between the Saracens and the Christian Knights led by Paladin Orlando on his white horse who defeats the historical enemy Agramante or the unrequited love for the pagan Princess Angelica, which will lead him to madness. A legend that blends with reality in a great allegory of life that seals ever-present vicissitudes.

The line improves in elegance, with the intention of marking a vivid segmentation of the range. All the labels feature a white background in which the iconic elements of the visual imagery of chivalry, weapons, horses and courtesies stand out. Inspired by the culture of the original and Italian Furioso, narrated in a modern way, with a revitalized, playful, dynamic and fresh language. In fact, each label depicts a particular character and, as regards vintage whites, a specific organoleptic sensation (strong hints of pineapple for

Certificates





Soc. Agricola Assuli Winery Srl
Sede legale/Registered office
Via Archi, 9 - 91100 Trapani (TP) IT - CF/P.IVA 02431690813
Cap. Soc. €105.263,00 i.v. - N.REA TP 170174
T +39 0923 547267 - F +39 0923 820724
info@assuli.it - www.assuli.it

Cantina/Winery
Contrada Carcittella
T +39 0923 1987742
91026 Mazara del Vallo (TP) IT
GPS 37.786833, 12.636655

Fiordiligi, very fine notes of orange blossom in Carinda, peach blossom for Dardinello). The name of the wine is the protagonist in the middle becoming one with the grape variety. The back label, on the other hand, responds to the desire to inform the consumer about the organoleptic characteristics and the possession of organic certification. Each character is shown with an illustration created ad hoc that reinterprets the poem in a colourful and playful way, with an evolution in the colour codes of the current labels, all painted with the unforgettable colours of Sicily, sun yellow, sea blue, lime green, fiery red, intense black. Furthermore, for the first time the 'cut' becomes an integral part of the identity, that gesture recalling Fontana who revolutionized contemporary art. The shape is redesigned not only to bring out the product that blends with its name, but also to define an assertive and "timeless" trait. The entire restyling is aimed at reaffirming the traditional forward propensity of the Assuli winery, in a renewed contemporaneity, synonymous with solidity, optimism, presence and attention to quality.

The relaunch also passes through the adoption of a new glass shape, the borgognotta. Broad at the base, with tapered shoulders, which evokes Burgundy and its important Champagne, offered in the 'Virgo' version for Lorlando, Donna Angelica and Astolfo, 'Sommelier Oak' for Furioso and Lorlando Riserva, 'Leggera' for Fiordispina, Carinda, Dardinello, Fiordiligi and Ruggiero. The latter is rightfully included in *lightweighting*, that is the direction taken to reduce weight by using lighter glass, which reduces the use of raw materials, emissions of nitrogen oxides and sulphur dioxide and costs related to transport. On the other hand, Besi acquires greater importance: the top of the range could only be assigned an equally important bottle, the Bordoese d'Or, with a high shoulder and a shape with greater power and elegance, suitable for important red wines. To complete the package, the capsule size will be revisited (shorter), giving the bottle a more modern appeal.

The fineness is also down to the materiality of the label: from the papers, all natural FSC certified, the Fedrigoni - Ritrama® Natural Cotton Barrier for Lorlando, 100% water-resistant, natural white felt-marked, and for all the other references the Fedrigoni - Ritrama® Luce WS Barrier, heat sensitive; to the finishing with Kurz hot foil and the addition of a thickened silkscreen varnish to accentuate the effect to the touch. To top it all, the logo has also undergone a slight restyling: it maintains the historic stylized pictogram of the sun with a new graphic style for the wording "Baglio" positioned next to it, overall more uniform, modern and legible.

Certificates





Soc. Agricola Assuli Winery Srl
Sede legale/Registered office
Via Archi, 9 - 91100 Trapani (TP) IT - CF/P.IVA 02431690813
Cap. Soc. €105.263,00 i.v. - N.REA TP 170174
T +39 0923 547267 - F +39 0923 820724
info@assuli.it - www.assuli.it

Cantina/Winery
Contrada Carcittella
T +39 0923 1987742
91026 Mazara del Vallo (TP) IT
GPS 37.786833, 12.636655

The Assuli Winery celebrates the authenticity of Sicily with 100% organic autochthonous wines. The vineyards and the cellars are located in the westernmost part of the island, almost 130 wholly-owned hectares, in an area of magical beauty. The bunches that ripen in a dedicated area of ancient wine production celebrate the authenticity of the Sicilian terroir. Assuli boasts the “Sicily” Controlled Designation of Origin, reserved for wines that meet the conditions and requirements established in the relative production regulations. The sun, the light, the strong minerality of the land, the scents of the Mediterranean carried by the wind differentiate bottles with a great personality. The wines are characterized by a style marked by winemaker **Lorenzo Landi** who believes in respect for the territory, focuses on the excellence of the grapes, enhancing the expressive power of the vines and manages to produce impeccable wines by enhancing the territorial originality: delicate, fresh or savoury whites reminiscent of the sea, reds with a stronger and more decisive character, influenced by heat and wind. Under the impetus of the new sensitivity for environmental impact, Assuli has also embarked on a path of integration of the considerations useful for implementing sustainability.

Furthermore, attention to the land and respect for it is also expressed in the oenological research project of the **experimental vineyard**, created with the aim of rediscovering ancient vines that we will soon be able to savour. 14 relic varieties, about 600 grafts placed in as many plants: the desire to dig into the past and bring to light forgotten varieties, an element of even stronger identity that lays the foundations for a new push for wine tourism.

SOCIAL @ASSULI.WINERY

Instagram | Facebook | YouTube | LinkedIn

PRESS OFFICE

Stefania Bacchini marketing@assuli.it – (+39) 0585 831921

Certificates

