

### COMUNICAZIONE

## Premi online per De Buris brand luxury di Tommasi

Si conferma il successo del brand De Buris, neonato marchio luxury dell'azienda vitivinicola Tommasi presentato lo scorso 12 ottobre. All'indomani della messa on line, il sito [www.deburis.it](http://www.deburis.it) ha già collezionato i riconoscimenti internazionali più prestigiosi della rete che premiano le nuove strategie ideate in collaborazione con l'agenzia AQuest di San Giovanni Lupatoto. «Abbiamo voluto dare la massima fiducia al team di un'azienda del territorio, che come noi è sempre attenta e vicina ai concetti di innovazione, eleganza e modernità», spiega Pierangelo Tommasi, direttore generale di Tommasi Family Estates. In pochi giorni il sito, che tra l'altro racconta la nascita di un nuovo grande Amarone della Valpolicella Classico doc Riserva, il recupero della Villa più antica della Valpolicella Classica e l'istituzione di una Fondazione a tutela del territorio, ha segnato più di 11mila impressioni di utenti unici da 130 Paesi ed è stato eletto Site of the Day dalla giuria del Favourite Website Award, sito della settimana per Digital design award e sito del giorno e premio sviluppatore con Awwwards. «La collaborazione con la famiglia Tommasi», commenta Fabio Merlin, Ceo di AQuest, «ci ha permesso di valorizzare la tradizione con un'idea innovativa. Abbiamo proposto un modello 3D della bottiglia, vera protagonista del sito, coinvolgendo l'utente senza usare semplici immagini statiche, spostando il suo punto di vista all'interno della bottiglia stessa». Una strategia nata da uno studio di mercato, con l'analisi del segmento lusso e i relativi target, che ha evidenziato come i Millennials siano i protagonisti in grado di rispondere al meglio al progetto. • S.A.