

ELENA RIZZO, FRANCESCA CORNA, GIACOMO TRINCAVELLI, GAIA SCURATTI, PETRA EL CHARIF

PUNT EMIES

BRIEF RECAP

OBIETTIVO PRINCIPALE

Rendere Punt e Mes **distintivo**, aumentando al contempo la **brand awareness** e la **consideration** all'interno del **target strategico**, rendendolo più attraente per un pubblico under 40.

OBIETTIVO AGGIUNTIVO

Sfruttare l'**immagine del prodotto** enfatizzando il **simbolo iconico del brand**, il PUNTO E MEZZO, progettato da Armando Testa.



PUNT_EMIES
APERITIVO



BRAND ID



PUNT E MES

- **ANNO DI NASCITA:** 1870
- **LUOGO DI ORIGINE:** Torino, Italia.
- **STILE ESTETICO:** Retrò contemporaneo, sobrio e audace, con **anima letteraria** e culturale
- **CARATTERE:** Anticonformista, profondo, elegante, mai scontato
- **SEGNO DISTINTIVO:** "Punto e mezzo", una misura precisa di dolce e amaro.





TARGET E INTERESSI

TARGET

- 25- 40 anni, reddito medio-alto
- Gente curiosa, **spiriti liberi**, palati raffinati
- Attratti da **proposte artistiche** alternative

INTERESSI

- Libri, cinema, teatro, design, arte moderna, **espressioni culturali** dirompenti
- Amano mangiare e bere con gli amici, scoprire **nuovi posti** e **lanciare nuove tendenze**



INSIGHT DAL MERCATO/CONSUMATORI

74% dei **Gen Z** e **Millennial** preferiscono brand che comunicano **autenticità** e **valori** personali

Fonte: Deloitte Global Consumer Survey 2023

61% dichiara di scegliere **marchi** che si **oppongono agli stereotipi** o al conformismo

Fonte: McKinsey – The Era of Individual Expression (2023)

79% è più propenso ad acquistare un **prodotto** se racconta una **storia vera** e **originale**

Fonte: Accenture Brand Storytelling Report 2024



In un mondo che celebra l'originalità, ogni giorno inseguiamo la rassicurante ombra
dell'uguale.

Vestiamo mode, ripetiamo gesti, scegliamo senza scegliere.

Anche all'ora dell'aperitivo, il conformismo si fa rito:

"Uno spritz" – "Sì, anche per me"

Essere diversi non è solo una questione di stile.

È un atto di coraggio.

È osare per poter scoprire quella nota che ci rende unici.

È scegliere, anche quando la scelta è controcorrente.

Punt e Mes, con il suo punto e mezzo di china,
sfida l'omologazione dei sapori e celebra l'audacia di chi non si uniforma.

Un sorso intenso, vibrante, autentico. **Come chi sa osare senza urlarlo.**

Quando l'abitudine chiama, tu rispondi:

"Uno spritz" - "No, per me Punt e Mes!"

PUNT E MES. SCOPRI IL TUO PUNTO E MEZZO DI DIFFERENZA



COME TRASFORMEREMO OGNI SORSO

NEL VOSTRO

PUNTO E MEZZO DI DIFFERENZA?



COMUNICAZIONE A 360° CON IL PRODOTTO AL CENTRO

SOCIAL E DIGITAL

**SUPPORTO ALLA COMUNICAZIONE
ATTRAVERSO CANALI DIGITAL E SOCIAL**

TV

**PRODUCT PLACEMENT MIRATO
SU NETFLIX**

PUNTO VENDITA

**ATTIVAZIONI NEI BAR E
COINVOLGIMENTO DEGLI ESERCENTI**

PR & EVENTO

**UN EVENTO PR
PER ATTIVARE IL CONSUMATORE**



ARE YOU 18 YEARS

YES

NO

OLD!



**FINE OTTOCENTO, TORINO:
L'ITALIA CAMBIA VOLTO,
MA NON SEMPRE
MENTALITÀ.**



**IN UN TEMPO CHE PREMIA IL
CONFORMISMO,
C'È CHI OSA SFIDARLO...**



**LIDIA POËT E PUNT E MES,
IN TRIBUNALE COME NEL BICCHIERE,
ROMPONO GLI SCHEMI**



COME LORO

**SCOPRI IL TUO
PUNTO E MEZZO
DI DIFFERENZA**



PRODUCT PLACEMENT: LA LEGGE DI LIDIA POËT

Punt e Mes si integra naturalmente in "La legge di Lidia Poët", ambientata nella Torino d'epoca - culla del brand - e raccontata attraverso una protagonista carismatica, ribelle e fuori dagli schemi.

N
NETFLIX



ISPIRATO A UNA

PRODUCT PLACEMENT: SCENA IMMAGINARIA

Lidia rientra nel suo studio dopo una giornata faticosa in tribunale. Poggia i fascicoli sulla scrivania. Il fratello, Enrico, entra con due bicchieri e una bottiglia di Punt e Mes.



Enrico (sorridendo):

"Pensavo avessi bisogno di qualcosa che non sia un'arringa."

Enrico versa il liquore nei bicchieri.

Enrico:

"Un punto di dolce, mezzo di amaro. Come questa città, come le tue giornate."



Lidia (accennando un sorriso):

"Se è quello che penso... allora sí."

Lidia:

"Come la giustizia: non sempre facile da digerire. Ma va bevuta fino in fondo."

Lidia prende il bicchiere, lo osserva per un istante, poi brinda.



ATTIVITÀ DI SAMPLING: LANCIO DELLA TERZA STAGIONE

LA LEGGE DI
Lidia Poët

In occasione del lancio della terza stagione de "La legge di Lidia Poët", offriamo un **assaggio** di Punt e Mes così com'è nato: **liscio**.

Un invito a riscoprire **l'essenza autentica di un classico** che non ha bisogno di travestimenti.

Amaro e intenso, come la verità che Lidia difende.



BRAND AMBASSADOR

MATILDA DE ANGELIS

1 Punto di talento
potente e
riconosciuto.

½ di sregolatezza
creativa,
imperfezione
affascinante, scelta
di autenticità.



Come attrice

Matilda sceglie ruoli
**coraggiosi e non
convenzionali**, spaziando tra
Italia e Hollywood con uno
stile personale e
riconoscibile.

Come persona

Autentica e imperfetta per
scelta, si mostra
vulnerabile e indipendente,
lontana dai cliché e dai
trend imposti.



DALLO SCHERMO

ALLA SCENA DEL CRIMINE.

IL DELITTO SI SERVE CON UN PUNT E MES.



PR EVENTO: APERITIVO CON DELITTO

- **EVENTO** con 15 influencer per generare engagement e lanciare la **call-to-action** per il contest.
- **GIFT** una **couvette premium** in edizione speciale Punt e Mes.
- **CONTENUTI SOCIAL** mirati per **attivare il pubblico** e incentivare la partecipazione al **contest**.



NETFLIX

VERITÀ IN VERMIGLIO

UN DELITTO ALLA REGGIA



Aperitivo investigativo ispirato alla serie Netflix
“La legge di Lidia Poët” e con protagonista
il vermouth Punt e Mes

PR EVENTO: ESEMPI DI INFLUENCER



MARCO ZAMORA
1.8M



CLIO BARGELLINI
43.8
K



MATILDA DE ANGELIS
873K



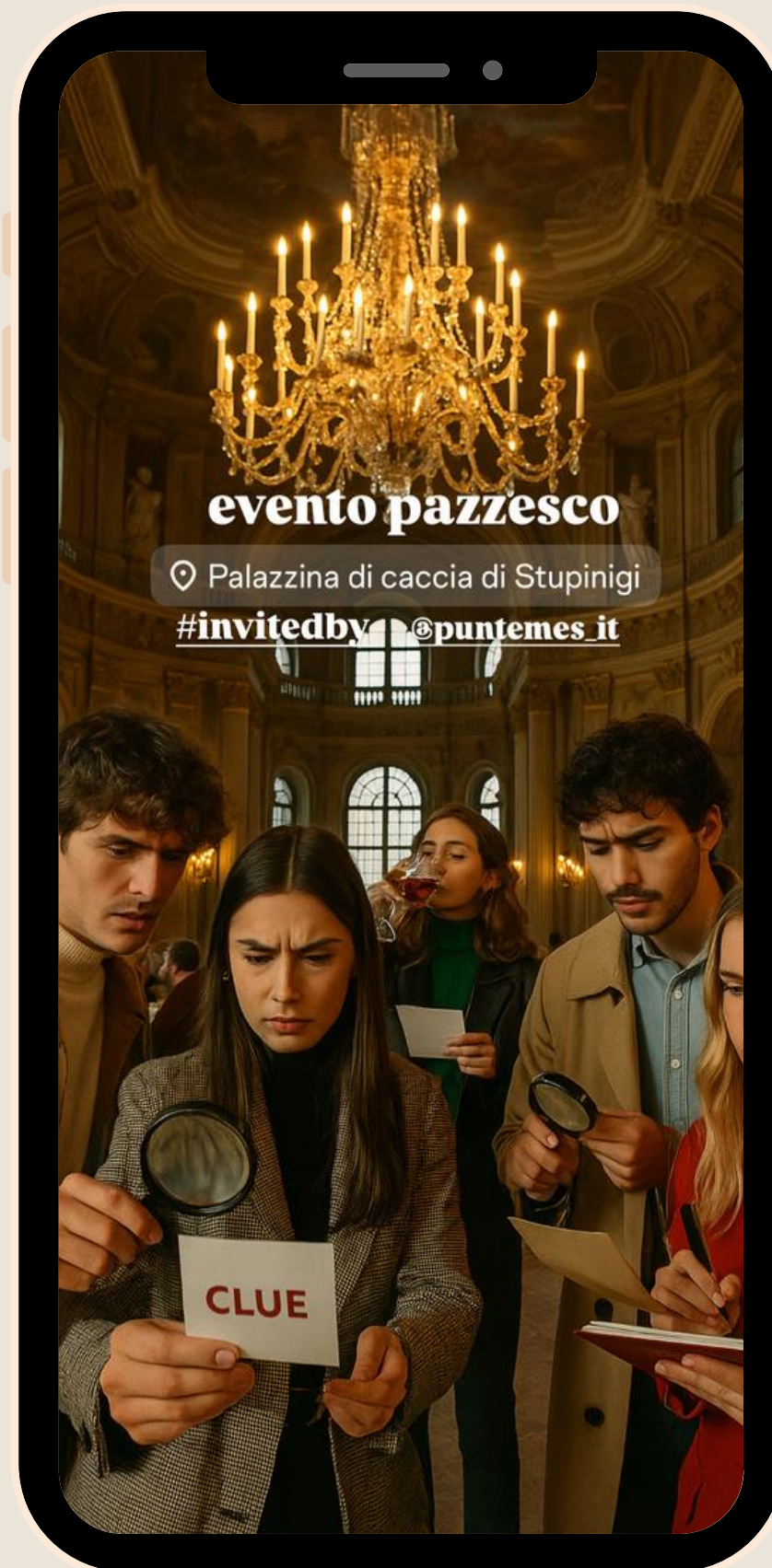
TOMMASO ZORZI
2M



ELEONORA CARISI
708K



ATTIVAZIONE CONTENUTI SOCIAL





PR EVENTO: PROPOSTA CREATIVA

- **CONCEPT** ispirato alla serie tv: "La legge di Lidia Poët".

Questo evento trasporta i partecipanti nel cuore pulsante dell'Ottocento torinese, tra salotti aristocratici e segreti di famiglia.

- **DRINK** come chiave del mistero:

Punt e Mes diventa fil rouge dell'indagine: amaro come la verità, dolce come la menzogna.



PR EVENTO: PERCORSO DELL'INDAGINE

4 Sale, 4 Scene, 4 Cocktail



PR EVENTO: PERCORSO DELL'INDAGINE

4 Sale, 4 Scene, 4 Cocktail



COUVETTE PREMIUM GIFT

Couvette premium per i partecipanti all'evento con:

- **Stampe** ispirate alle iconiche campagne
- **Kit aperitivo**, composto da:
 - **2 calici Bitossi** (capsule collection)
 - **1 bottiglia** di Punt e Mes (formato classico)
 - **1 minisize** da collezione (50 ml)



BITOSSI HOME



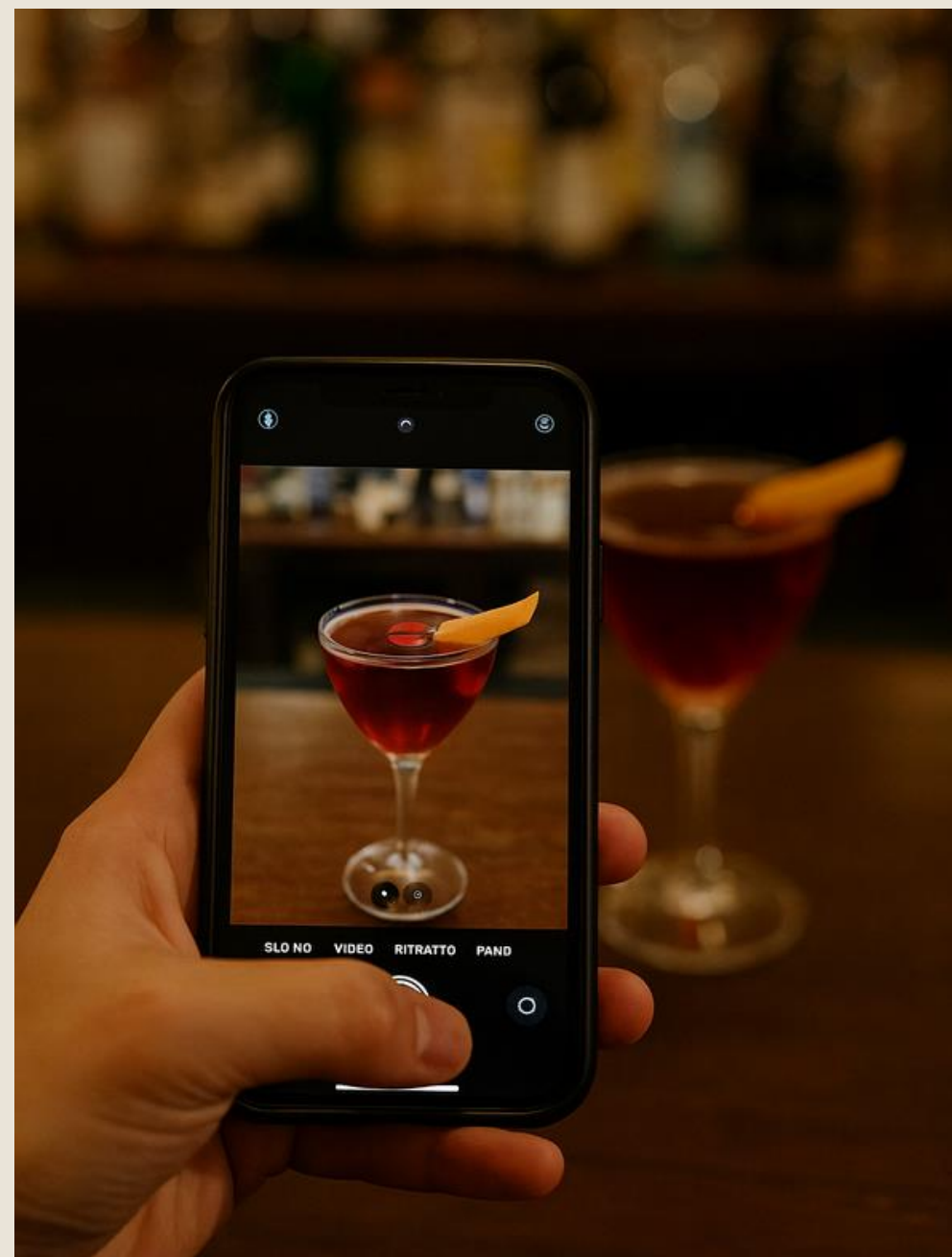


**CARICALO SUL SITO
E VINCI CON STILE!**

**PUNT
e MES**

PARTECIPAZIONE AL CONTEST PUBBLICO COME VETTORE DI COMUNICAZIONE

1. **Scatta una foto** con il tuo drink Punt e Mes
2. **Carica la foto** sul sito e registrati
3. **Inserisci** i tuoi dati per partecipare e entrare nel nostro CRM.
4. **Scopri subito se hai vinto una stampa esclusiva** (1 vincitore ogni ora).
5. **Partecipa all'estrazione finale per il Kit Aperitivo** (100 kit premium in palio).



CONTEST: GIFT ESCLUSIVO

1 vincitore ogni ora



100 kit premium
in palio





BAR COME PALCOSCENICI

Punt e Mes prende vita attraverso una **rete selezionata di bar**, scelti per estetica e affinità valoriale in linea con il target del brand: atmosfere letterarie, retrò e culturali.

- **ESERCENTI COME ATTIVATORI**

i **bar rappresenteranno un ruolo fondamentale**, da raggiungere tramite la nostra forza vendita per arrivare al consumatore finale

- **MATERIALI DEDICATI**

sottobicchieri illustrati, **garnish** iconici, **poster** evocativi che parlano al cliente in tono ironico e intelligente.



MATERIALI DEDICATI SOTTOBICCHIERI



MATERIALI DEDICATI
GARNISH:



MATERIALI DEDICATI POSTER EVOCATIVI:



**PORTARE PUNT E MES
NELLA MODERNITÀ
DEL RITO DELL'APERITIVO**



ESERCENTI COME ATTIVATORI

BAR PARTNER



BAR LUCE

FONDAZIONE PRADA



- Caffè dal design rétro ideato da Wes Anderson.
- Arredi che creano un'atmosfera da film.
- Perfetto per un aperitivo in stile cinematografico



BAR DOPING



- Cocktail bar di design
- Atmosfera elegante e vintage
- Offre drink creativi e aperitivi ricercati



TERRAZZA TRIENNALE



- Rooftop bar con vista, situato sul tetto del Palazzo dell'Arte.
- Atmosfera elegante in una serra di vetro immersa nel verde.
- Cocktail raffinati



ESERCENTI COME ATTIVATORI

BAR PARTNER



LA RÉSERVE COCKTAIL



- Cocktail bar elegante e raccolto .
- Drink raffinati
- Ideale per un aperitivo curato o un dopocena intimo.



VERMUTTINO



- Piccolo bar dedicato al vermouth
- Oltre 60 etichette storiche e artigianali
- Atmosfera intima e accogliente



SNODO



- stile contemporaneo in uno spazio industriale riconvertito.
- Atmosfera vivace e culturale
- Cocktail curati

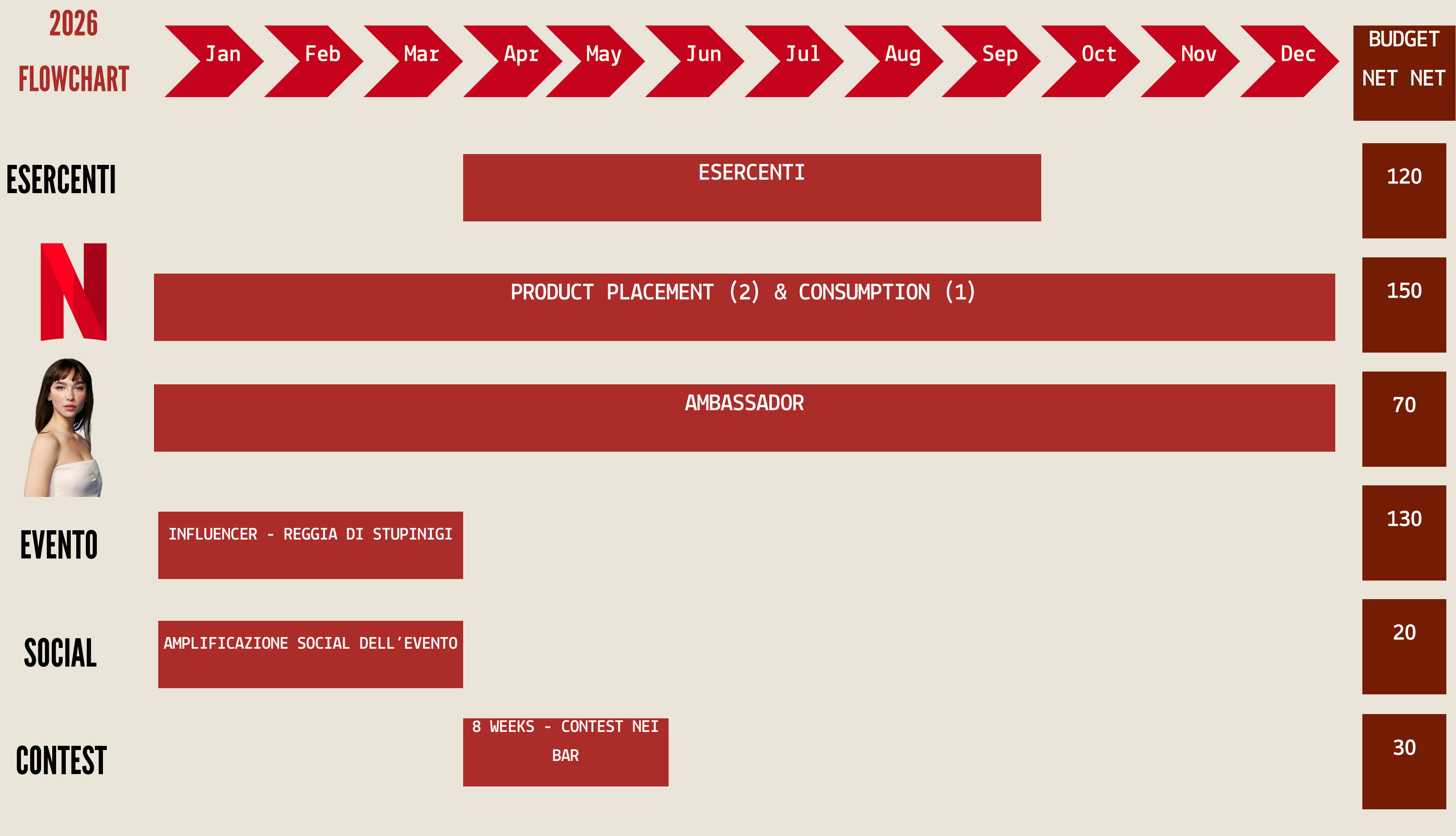


STIMA METRICHE

&

KPI ATTESI

⌋



AREA	KPI STIMATI	DETTAGLI
NETFLIX – PRODUCT PLACEMENT	3-5 milioni di impression organiche	Basato sulla media views della serie La Legge di Lidia Poët in Italia ed Europa occidentale; target colto, attento al dettaglio visivo, età 25-55.
BAR PARTNER ATTIVATI	5000 locali	Selezionati per estetica + target; con possibilità di espansione nazionale se il progetto scala.
MEDIA E PR REACH	2-4 milioni stimati	Tra post UGC, coinvolgimento influencer, repost da Punt e Mes. Basato su un tasso medio di engagement del 5-8% su IG per azioni incentivanti.
PARTECIPANTI ATTIVI AL CONTEST	8.000-12.000 utenti	Scansione QR + iscrizione in bar selezionati. Conversion rate stimato: 10-15% su reach baristica/social.

GRAZIE PER L'ASCOLTO.

CI VEDIAMO AL BAR.



**PUNT
EMES**

