

Innovazione e collaborazioni creative: valore aggiunto per Amarelli



Innovazione e collaborazioni creative, insieme a responsabilità sociale, promozione culturale, valorizzazione dell'identità e del territorio, continuano a rappresentare per Amarelli il vero ed irrinunciabile mix di valori aggiunti per lo storytelling dell'esperienza imprenditoriale e familiare. Dopo il successo di JE T'AIME, in vista di San Valentino sarà lanciata la nuova limited edition delle piccole confezioni di latta da 20 grammi, icone del brand, ricercate e apprezzate dai collezionisti di tutto il mondo.

È quanto fa sapere **Margherita Amarelli**, responsabile marketing e commerciale dell'Azienda informando che **le 2CUORI**, firmate dall'artista catanzarese **Massimo Sirelli** saranno disponibili da lunedì 3 febbraio in tutti gli esercizi autorizzati.

JE T'AIME, ROBOT e BUONA BUONA. La 2 CUORI è la terza delle quattro proposte che completano la linea della limited edition e che suggella la collaborazione tra Amarelli e Sirelli. Pensata proprio per gli innamorati, custodisce i bianconeri, i confetti di liquirizia alla menta ricoperti da un sottilissimo strato di zucchero. Il packaging in chiave street propone una lettura moderna dell'amore, che non perde però mai il suo lato romantico, rimarcato dal lettering dai tratti morbidi e sinuosi.

Un must da collezionare. La confezione di metallo 100% riciclabile, lanciata più di un secolo fa, dall'etichetta cortissima, protagonista e testimone dell'esperienza imprenditoriale nelle teche del Museo Giorgio Amarelli, è stata inserita anche nella selezione del Fattobene pop-up ed esposte al MoMa Design Store di Soho, a New York. È riconosciuta ormai come il simbolo del brand e dell'impresa culturale.