

Vini

Cusumano premiato a New York per la strategia comunicativa di Brut 700 lost edition

di: Redazione

17 dicembre 2025



La campagna pubblicitaria 'Lost Edition' dell'azienda siciliana Cusumano (vini) e realizzata dall'agenzia GB22 fondata dal noto creativo Vicky Gitto, anch'egli siciliano di Palermo, si è aggiudicata durante la serata dei Touchpoint Award, l'Oro dei New York Festivals per *"l'eccellenza nella strategia comunicativa attraverso una campagna che ha saputo coniugare al meglio strategia, creatività ed efficacia, capace di comunicare un brand, il suo heritage e territorio, con un'idea semplice ma magistralmente realizzata"*, secondo la giuria.

L'iniziativa speciale voluta da Cusumano, tra i più apprezzati produttori di vino a livello nazionale e internazionale, con il supporto creativo dell'agenzia GB22 guidata dal creativo e pubblicitario Vicky Gitto, nasce dal ritrovamento casuale di 1100 bottiglie di Brut 700 ritrovate dopo molti anni nelle cantine dell'azienda siciliana, che ha reso le bottiglie e il loro prezioso contenuto unico, dando così all'edizione limitata Brut 700 Lost Edition caratterizzata da una grafica che ha raffigurato in etichetta, in via eccezionale in sostituzione al leone del logo Cusumano, otto icone raffiguranti specie animali e vegetali (l'Aquila di Bonelli, la Capra girentana, l'Asino pantesco, l'Ape nera siciliana, la Ginestra dell'Etna, il Citiso delle Eolie, la Zelkova Sicula e l'Abete delle Madonie) a rischio estinzione in Sicilia.



Inoltre avvicinando lo smartphone all'etichetta si possono visualizzare le informazioni per conoscere queste specie, e le attività per la loro preservazione per rallentare l'estinzione.

Il premio va ad aggiungersi al recente riconoscimento conferito dalla rivista internazionale Lürzer's Archive, punto di riferimento della creatività a livello mondiale, per la campagna advertising "The Real Soul of Sicily" sempre dell'accoppiata Cusumano-GB22.