

# 958 SANTERO

## 958 Santero e Casa Sanremo Il “canto” delle bollicine più brindate nella Città dei Fiori

**958 SANTERO porta le sue bollicine più brindate al Festival di Sanremo attraverso Casa Sanremo**, lo spazio Lounge di accoglienza e d'incontro tra cantanti, giornalisti e operatori del mondo della musica che girano attorno al Festival della canzone italiana, uno dei must del Made in Italy nel mondo. Del resto, 958 SANTERO incarna perfettamente lo spirito del gusto italiano. Nasce nel 1958 da una felice e rara intuizione: dare dignità a uno dei territori più vocati alla produzione vinicola piemontese producendo vini e spumanti aperti a nuovi mercati e a nuovi progetti. **Tutto ha origine, come spesso accade nel Piemonte vinicolo, da una cascina e dalle vigne coltivate sul crinale di una delle colline che oggi sono diventate patrimonio dell'Umanità tutelate dall'Unesco.** Nasce da lì il sogno della famiglia Santero che prima è solo un piccolo appezzamento di vigna e poi si sviluppa in una grande e moderna Cantina vitivinicola che segna l'ingresso in una nuova fase di crescita e sviluppo aziendali, con la forza e secondo l'impulso che giungono dai veloci cambiamenti del mercato, dei costumi e dei gusti.

Nel tempo, **la famiglia Santero ha interpretato al meglio i segnali e le indicazioni dei consumi traducendole in una filosofia aziendale che si basa sempre su qualità e immagine assolutamente uniche e originali. Come è unica e originale la stessa idea del brand 958 SANTERO, un marchio innovativo che abbina la tradizione a un nuovo modo di intendere il marketing enologico,** sempre legato alla cultura e alla storia dei vini del Piemonte, ma, allo stesso tempo, proiettato verso il futuro con una nuova visione del prodotto vino, distante dai schemi consueti e con interpretazioni mai banali.

**Sono nate così bottiglie dalla grafica visionaria ispirata a vari stili della vision art contemporanea: dall'arte di strada al body painting, dal design d'autore all'uso di colori fluo fino a forme all'avanguardia alcune derivante persino dal mondo dei tatuaggi.**

C'è poi il capitolo del marketing legato alla partnership con eventi di grande impatto mediatico, dallo sport al costume, dai reality alla musica. In questo senso, l'uso dei social media insieme alla partecipazione a manifestazioni sportive di grande rilevanza e a programmi televisivi seguiti da un vastissimo pubblico sono stati e continuano a essere i cardini principali di un progetto di comunicazione che crea attorno al brand 958 SANTERO un'immagine di vini moderni, aperti alle esigenze di un pubblico vasto ed eterogeneo che chiede gradevolezza, stile e gusto tutti rigorosamente italiani. Una promessa che, dopo sessant'anni dalla fondazione di 958 Santero, risulta sempre attuale e ampiamente mantenuta.

**Ufficio Stampa**  
**FILIPPO LARGANÀ**  
Giornalista  
[filippo.largana@libero.it](mailto:filippo.largana@libero.it)