



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

Anna Spinato: focus sui Millennials

Un esempio vincente di marketing targetizzato, spazio ai giovani!



Parliamo spesso di targetizzazione, di scegliere il pubblico adatto ad ogni prodotto o brand, ed oggi vi riportiamo un esempio che riteniamo vincente. Da sempre, Anna Spinato è sinonimo di attenzione alle nuove generazioni e rispetto della cultura dei territori di origine. Valori chiari che hanno portato l'azienda ad anticipare i tempi e sviluppare per prima la linea Sleeve: bottiglie con vestiti e tatuaggi colorati, ideali per donare ai giovani consumatori un prodotto autentico e creare un'esperienza di condivisione e divertimento. Un'idea nuova e vincente che molti hanno provato ad imitare anche se per i Millennials, cioè i ragazzi nati fra il 1981 ed il 1996, la Sleeve originale è quella di Anna Spinato! Dal lontano 2007, quando il progetto è partito, il rapporto con i Millennials si è fatto sempre più solido, inseguendo ogni occasione per incontrarli ed ascoltarli. L'ultima fra queste occasioni, per l'azienda, si è verificata nel mese di ottobre, alla fiera New Jersey Liquor Store Alliance Trade Show di New York, con i Prosecco DOC Extra Dry Sleeve ed il Prosecco Organic DOC Brut Sleeve. Immensa per i rappresentanti della realtà la gioia di abbracciare tanti fan di Anna Spinato un momento per congratularsi di un'ennesima conferma: il Prosecco è



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

molto popolare a New York, soprattutto fra i Millennials. Come sempre, le bottiglie sleeve, colorate e creative, hanno trasmesso voglia di vivere e divertirsi e molti ragazzi hanno confermato di amare davvero tanto il Prosecco per la qualità del vino ma anche per lo stile grafico delle bottiglie che appare "moderno e creativo, giovane ed innovatore". Segnaliamo inoltre il successo ottenuto al concorso Millennial Award, svoltosi a Los Angeles, in cui il Prosecco Organic DOC Anna Spinato ha vinto la medaglia d'argento ed il Rosè Organic la medaglia di bronzo. Riconoscimenti importanti in quanto espressione di una qualificata giuria, preparata sui gusti dei Millennials, che ha consacrato la qualità e specificità dell'offerta enologica per questo segmento di consumatori, strategico e rappresentativo.