



NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Albeisa: una bottiglia d'origine controllata e garantita

L'**Albeisa**, l'imitabile bottiglia nata per custodire l'unicità dei vini albesi, si fa protagonista di una campagna di comunicazione volta a celebrare l'indissolubile legame tra i pregiati vini delle Langhe e il loro straordinario territorio di origine. Questo il messaggio che l'Unione Produttori Vini Albesi, realtà che ad oggi conta più di 300 soci, lancerà in occasione del Vintitaly.

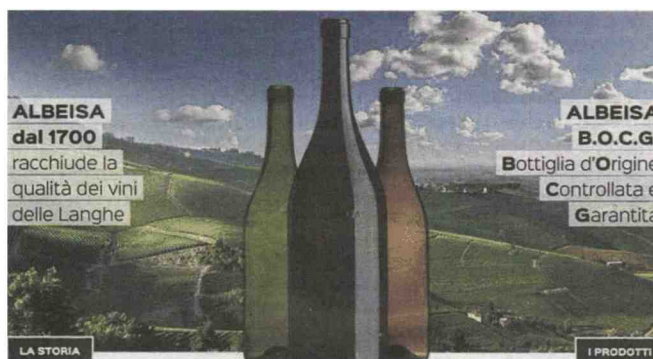
«Finora le attività promosse da **Albeisa** si sono concentrate sulla promozione dei vini del territorio delle Langhe, dando vita a eventi di rilievo come l'anteprima internazionale per la stampa "Nebbiolo Prima" – racconta Alberto Cordeiro di Montezemolo, presidente dell'Unione produttori vini albesi –. Al centro della nostra nuova campagna comunicativa, invece, c'è proprio la bottiglia in sé, la sua storia e i valori che rappresenta per i produttori che la utilizzano».

Giocando sull'acronimo Bocg (Bottiglia di Origine Controllata e Garantita), gli assi portanti della campagna saranno appunto il rispetto del territorio, la qualità e la garanzia del prodotto.

L'obiettivo è far sì che il consumatore associ sempre più automaticamente la bottiglia **Albeisa** al territorio delle Langhe, dando vita a un inscindibile trait d'union tra i vini e il luogo da cui prendono vita. La campagna si svilupperà sul digitale atterverso sito e social network, insieme a una nuova pianificazione pubblicitaria e a iniziative di sensibilizzazione del consumatore in primis, ma anche di giornalisti, operatori e "opinion leader" italiani e stranieri.

Si rivolgerà infatti a un pubblico sempre più attento e giovane. Come rilevato da uno studio condotto da Nomisma Wine Monitor e presentato a Bologna lo scorso venerdì, per i "millennials" (ragazzi nati nel nuovo millennio) il pac-

kaging risulta essere oggi uno dei principali "driver" di scelta nell'acquisto e nel consumo del vino. I dati indicano infatti che il 70% dei "millennials" italiani è attratto da bottiglie con design innovativo o particolare.



Il packaging conta. Secondo Nomisma Wine Monitor la confezione risulta essere oggi uno dei principali "driver" di scelta nell'acquisto e consumo del vino