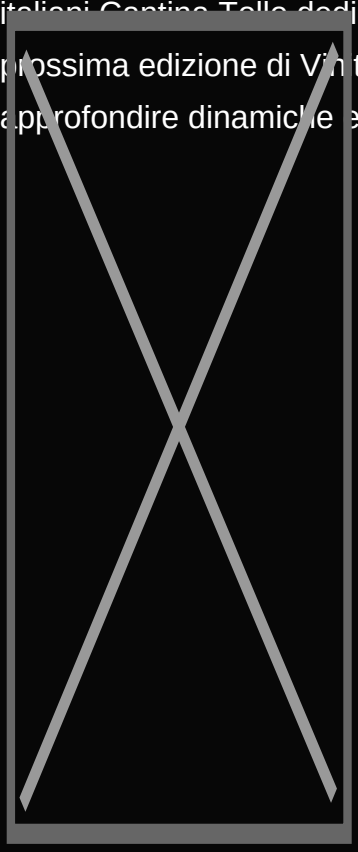
Cantina Tollo presenta il vino dei millennials

cantina-tollo-valle-doro-trebbiano-2018-e9151333

Sono il nuovo target di riferimento del mercato del vino, le loro scelte di acquisto orientano i nuovi trend di consumo, amano il cambiamento e condividono le loro esperienze sui social. Ai Millennials italiani Cantina Tollo dedica la rinnovata linea Valle d'Oro, che sarà presentata a Verona durante la prossima edizione di Vinitaly, e un incontro - in programma lunedì 16 (Pad. 12, stand G2) - per approfondire dinamiche e tendenze dettate da questa categoria di consumatori.

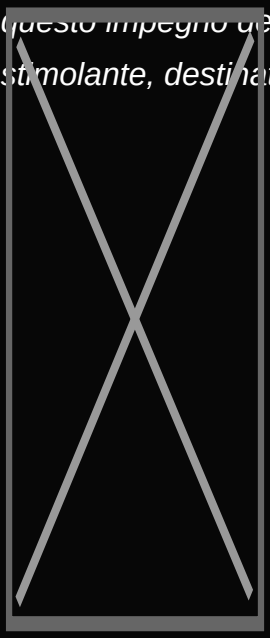


Sono circa 13 milioni i giovani italiani nati tra il 1980 e il 2000 (Millennials o Generazione Y), un target centrale per le aziende non solo in termini numerici, ma soprattutto perché rappresenta la prima generazione che utilizza quotidianamente la tecnologia digitale. Un aspetto, quest'ultimo, che attribuisce un ruolo cruciale alla relazione generata dai brand. Per essere scelte, infatti, le aziende sono oggi chiamate a conoscere i Millennials, le loro abitudini di acquisto e consumo

– online e offline – a utilizzare codici comunicativi in grado di coinvolgerli, a raccontare storie autentiche per condividere i propri valori.

Ed è nel settore vitivinicolo che la narrazione rappresenta, più che in altri ambiti, un fattore chiave nella generazione dell'engagement, uno strumento di valorizzazione del marchio e di conoscenza del prodotto, legato a un territorio, a una storia, a una tradizione. Il 36% dei Millennials, infatti, associa il vino alla tradizione e il 31% considera i vitigni autoctoni il primo nuovo trend del vino, il cui consumo avviene prevalentemente fuori casa (55%), in ristoranti (34%) ed enoteche/wine bar (27%) (fonte: Survey Wine Monitor Nomisma).

«Il saper coniugare tradizione e innovazione è da sempre un tratto distintivo di Cantina Tollo – sottolinea **Tonino Verna**, presidente di Cantina Tollo. *Nel segno della qualità enologica e della valorizzazione dei nostri vitigni autoctoni, oggi abbiamo scelto di dare una nuova connotazione a questo impegno dedicando una linea di vini ai Millennials, categoria di consumatori dinamica e stimolante, destinata a orientare in maniera incisiva gli scenari di settore nei prossimi anni».*



La rinnovata linea horeca Valle d'Oro Cantina Tollo si rivolge a questa fascia di consumatori con cinque vini dal carattere giovane e autentico e dal packaging grafico accattivante, pensati per un pubblico attento a qualità, provenienza e prezzo. I rossi Montepulciano d'Abruzzo Dop, Merlot Cabernet Terre di Chieti Igp, il rosato Cerasuolo d'Abruzzo Dop, e i bianchi Trebbiano d'Abruzzo Dop, Pecorino Terre di Chieti Igp e Passerina Terre di Chieti Igp compongono l'offerta Valle d'Oro che sarà presentata lunedì 16 aprile, alle ore 11.30 durante il dibattito "Effetto Millennials. Il vino secondo i nuovi #winelovers". All'incontro parteciperanno Simone Roveda, wine influencer e blogger Winery Lovers, Andrea Di Fabio, direttore commerciale e marketing Cantina Tollo, e Riccardo Brighigna, enologo Cantina Tollo, moderati da Stefania Annese, Gambero Rosso.